

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA VEŘEJNÉ EKONOMIKY

Srovnání lobbingu České republiky s ostatními členskými zeměmi Evropské Unie
Comparison of the Czech Republic's Lobbying with Other Member Countries in the European
Union

Student: Kristýna Konečná

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Jan Janků, Ph.D.

Ostrava 2019

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra veřejné ekonomiky

Zadání bakalářské práce

Student: **Kristýna Konečná**

Studijní program: B6202 Hospodářská politika a správa

Studijní obor: 6202R055 Veřejná ekonomika a správa

Téma: Srovnání lobbingu České republiky s ostatními členskými zeměmi
Evropské Unie
Comparison of the Czech Republic's Lobbying with Other Member
Countries in the European Union

Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Teorie lobbingu a teorie zájmových skupin
3. Regulace lobbingu v ČR a v Evropské unii
4. Zhodnocení lobbingu České republiky v Evropské unii, srovnání s ostatními zeměmi
5. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

KLÜVER, Heike. *Lobbying in the European Union: Interest Groups, Lobbying Coalitions and Policy Change*. Oxford: Oxford University Press, 2013. 277 p. ISBN 978-0-19-965744-5.

MÜLLER, K., Š. LABOUTKOVÁ a P. VYMĚTAL. *Lobbying v moderních demokraciích*. Praha: Grada Publishing, 2010. 256 s. ISBN 978-80-247-3165-0.

SMITH, Michael a Vojtěch PROKEŠ. *Regulace lobbingu v České republice: od myšlenky ke konceptu a implementaci*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2013. 117 s. ISBN 978-80-7330-247-4.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Jan Janků, Ph.D.**

Datum zadání: 23.11.2018

Datum odevzdání: 10.05.2019



doc. Ing. Petr Tománek, CSc.
vedoucí katedry



prof. Dr. Ing. Zdeněk Zmeškal
děkan fakulty

Prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci vypracovala samostatně.

V Ostravě dne 7. května 2019.


Kristýna Konečná

Poděkování

„Tímto bych ráda poděkovala Ing. Jan Janků, Ph.D. za odborné vedení, cenné podněty a rady, motivaci, trpělivost a čas, jež mi poskytl během konzultací bakalářské práce.“

Obsah

1 Úvod	5
2 Teorie lobbingu a zájmových skupin	7
2.1 Vymezení pojmu lobbing	8
2.1.1 Lobbisté	10
2.1.2 Dělení lobbingu	13
2.1.3 Funkce a formy lobbingu	14
2.1.4 Nástroje lobbingu	15
2.2 Historie lobbingu	16
2.3 Zájmové skupiny a jejich definice	17
2.3.1 Typologie zájmových skupin	20
3 Regulace lobbingu v ČR a v Evropské unii	22
3.1 Lobbing v ČR	22
3.1.1 Regulace lobbingu v České republice	23
3.2 Stručná historie EU	25
3.2.1 Evropský lobbing	26
3.2.2 Regulace lobbingu v EU	26
3.2.3 Regulace lobbingu v členských státech EU	29
4 Zhodnocení lobbingu České republiky v Evropské unii, srovnání s ostatními zeměmi	31
4.1 Analýza lobbingu v EU	31
4.1.1 Kategorie lobbistických organizací v EU	33
4.1.2 Náklady na lobbování v EU	35
4.2 Analýza lobbingu ČR v EU	38
4.2.1 Kategorie českých lobbistických organizací v EU	38
4.2.2 Náklady na lobbování českých firem a organizací v EU	39

4.3 Kvalita regulace lobbingu v Evropě	41
4.3.1 Srovnání kvality regulace lobbingu podle Transparency International	42
4.3.2 Srovnání regulace lobbingu ČR s ostatními zeměmi EU	44
5 Závěr	45
Seznam použité literatury	47
Seznam zkratk	50
Seznam obrázků	51
Seznam grafů	51
Seznam tabulek.....	51
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	

1 Úvod

Pojem lobbying může mít mnoho významů, a může být chápán různě, záleží z jakého úhlu pohledu se na něj díváme, a jakým způsobem je v konkrétním prostředí uskutečňován a jakým způsobem je prezentován. Stanovení přesné definice lobbyingu není jednoduché, jelikož lobbying není v Evropské unii plošně legislativně vymezen. Důvodem je rozdílnost jednotlivých zemí a jejich chápání lobbyingu. Pod pojmem lobbista si většina lidí představí člověka, který se snaží ovlivnit politiky, ať už na regionální nebo na parlamentní úrovni. Lobbying je často vnímán jako prostředek netransparentního ovlivňování zapojených osob, které jsou schopny ovlivnit veřejné věci. Lobbying je v rámci institucí Evropské unie velmi rozšířený fenomén, do kterého zástupci národních či nadnárodních firem každoročně investují vysoké finanční prostředky. V Bruselu funguje to, co můžeme označit za seberegulaci. Znamená to, že aktéři se podvolují regulaci pod tlakem různých pobídek, které v té oblasti existují. Příkladem může být fakt, že zaměstnavatelé a představitelé Evropské komise, se odmítají scházet s osobami, které nejsou v registru lobbistů, a tím pádem jsou netransparentní.

Lobbying v České republice se především zdiskreditoval mediálně a díky tomuto se dostal do povědomí občanů našeho státu jako pojem vymezující špatné či dokonce nebezpečné chování ovlivňující ekonomický vývoj v České republice. Ovšem v jiných zemích, např. v USA, lobbying není vnímán primárně negativně. V USA, kde má lobbying nejdelší tradici, je chápán jako běžný nástroj k tomu, aby určitá osoba (lobbista) byla schopna na základě odborných podkladů analýz ovlivnit veřejnou volbu.

Cílem této bakalářské práce je srovnání lobbyingu České republiky v Evropské unii s ostatními členskými zeměmi Evropské unie. Hlavními otázkami kladenými v práci jsou např. jakými způsoby je lobbying regulován v jednotlivých zemích, jaké působí v Evropské unii lobbistické organizace či jaké jsou náklady na provozování lobbyingu. Primárně se ale práce věnuje lobbyingu českých firem v EU ve srovnání s ostatními státy Evropské unie.

Bakalářskou práci tvoří teoretická a aplikační část. Práce je rozdělena do pěti kapitol. První kapitola představuje úvod a pátá závěr. Druhá a třetí kapitola představují teoretickou část a čtvrtá kapitola je aplikační. Teoretická část je v druhé kapitole zaměřena na definování lobbyingu a jeho aktérů. V této části práce jsou tedy popsáni aktéři lobbyingu a jejich činnost v rámci teoretických modelů zákonné regulace. Úzce s tím jsou spojeny zájmové skupiny, které jsou v práci rovněž podrobně popsány. V třetí kapitole jsou přiblíženy principy regulace

lobbying v České republice a regulace lobbying v Evropské unii a v členských státech EU. Tato část práce se věnuje zejména způsobům regulace lobbyingu na vnitrostátní a nadnárodní úrovni (tj. na úrovni EU). Jsou zde také zmíněny rozdíly v regulaci v rámci jednotlivých zemí EU. Ve čtvrté kapitole práce jsou teoretické poznatky použity pro analýzu lobbyingu ČR a ostatních zemí EU na evropské úrovni. Jsou použity konkrétní příklady daných zemí. Zprvu se práce věnuje lobbistickým organizacím v EU, poté jsou analyzovány náklady na lobbying v EU a následně je prostor věnován analýze a srovnání lobbyingu ČR a ostatních zemí v Evropské unii. Praktická část je ukončena srovnáním kvality regulace lobbyingu České republiky a ostatních zemí EU.

2 Teorie lobbingu a zájmových skupin

Obecná teorie lobbingu, platné vymezení či jednotná definice lobbingu neexistuje. Existuje celá řada otázek, zda a proč regulovat lobbistické aktivity, kdo je lobbista, co je lobbing, jakou roli lobbing v demokracii má a podobně. Lobbing stručně můžeme definovat jako prosazování zájmů určité skupiny. Správný lobbista by, oproti úplatkáři, měl přicházet s určitou informací. Pak už záleží na osloveném, kterého potřebuje lobbista ovlivnit, aby danou informaci vyhodnotil a zpracoval podle svého uvážení a aby informací o dané problematice získal co nejvíce. Například lobbing v kladném slova smyslu nemá sílu ovlivnit výsledky výběrového řízení, nicméně lobbování může napomoci v konečné fázi, kdy jsou například dvě firmy na velmi podobné úrovni. Cílem lobbingu je, aby se lidé, kteří rozhodují, o takových věcech dozvěděli (Muller, 2010).

V České republice neexistuje žádný odhad, kolik máme lobbistů. Spoustu lobbistů se ani ke své profesi nehlásí. Příkladem lobbingu je prosazování registrovaného partnerství v Česku nebo potenciální zrušení víz do USA. Definice zájmových skupin jsou založeny na poznání, že sice každý subjekt má svou specifickou strukturu zájmů, ale některé jeho zájmy jsou společné s větší či menší skupinou jiných. To vytváří předpoklad pro sdružování lidí se stejnými zájmy do zájmových skupin, jedná se o organizovanou skupinu jednotlivců, kteří mají společné cíle, kterých chtějí dosáhnout a snaží se ovlivnit veřejné záležitosti. Různorodost zájmů, různost životních postojů a touha po jejich vyjádření je přirozenou vlastností či přírodním rysem objevující se v každé společnosti (Muller, 2010).

Lobbování je přirozenou součástí politického procesu. Je jedním ze způsobů, kterým se zprostředkovávají zájmy mezi veřejnou autoritou a jejich nositeli, která má rozhodovací pravomoci. Základním rozhodovacím procesem v parlamentu je legislativní proces, prostřednictvím kterého parlament přijímá obecně závazné právní normy. Obecně závazné právní normy se dotýkají práv a povinností občanů, respektive vytváří benefity nebo náklady pro určité skupiny občanů. V důsledku toho dochází ke střetu skupinových zájmů, který se promítá do legislativního procesu (Mičicová, 2017).

Občané žijící v demokratických státech mají dvě možnosti, jak je vyjádřit či prosadit. První z nich je jednorázová, opakující se obvykle v pravidelných cyklech – volby. Druhou možností občana je stát se členem nějaké zájmové skupiny (Muller, 2010).

Všeobecně lze charakterizovat podle Ed Freemana, že zájmové skupiny může tvořit skupina nebo jednotlivec, kteří mohou mít vliv na dosažení podnikových cílů, ale na druhé straně mohou být sami dosažením podnikových cílů ovlivněni (Freeman, 2010).

2.1 Vymezení pojmu lobbying

V českém prostředí je pojem lobbying velmi často zaměňován s pojmem korupce, protože s ní může být úzce spojen. Přičemž Korupce v podstatě představuje cílevědomé porušování pravidel, v rámci něhož získávají účastníci neoprávněnou výhodu na úkor ostatních či přímo na úkor společnosti. Odlišujícím znakem může být, že lobbying se zaměřuje na ovlivnění mechanismu rozhodování určitého politického orgánu či orgánu veřejné správy s obecnějším nebo širším záměrem, zatímco korupce je zaměřena na ovlivnění konkrétního rozhodnutí (Bažantová, 2007). Moderní demokratické společnosti jsou založeny na principu svobody a otevřenosti. Z čehož vyplývá, že jde o zajištění a garanci volnosti občanům, a tímto je komplexní společnost vystavena tlakům velkého množství partikulárních zájmů jednotlivců či skupin. Tyto zájmy však mohou být v rozporu s principy svobody a otevřenosti (Dančák, 2006). Samostatný lobbying má spíše negativní zabarvení. Pokud ovšem dostatečně odlišíme pojem lobbying od rozličných nekalých praktik, jako je nelegální vyjednávání, tak přestane být mylně definováno jako lobbying, ale bude možné jej lépe označit právě za korupci. Například český návrh zákona o lobbyingu obsahuje zákaz pro veřejné osoby přijímat od lobbistů výhody či dary. Jestliže dojde se snahou prosadit něčí názory k převzetí plnění pro osobní prospěch politika, tak zákon jednoznačně říká, že v takových situacích se nejedná o lobbying. To ukazuje, že postih nelegální korupce je úkolem jednotlivých orgánů činných v trestním řízení, a nikoliv orgánu pro kontrolu legálního lobbyingu.

Činnost lobbistů je v ČR definována zákonem: „*Lobbying bude vymezen jako opakovaná činnost vykonávaná systematicky a organizovaně za účelem ovlivnění veřejného rozhodování (při přípravě, schvalování a projednávání návrhů obecně závazných právních předpisů a dokumentů strategické, koncepční a plánovací povahy)*“ (Česká justice, cit. 8. 9. 2017). Definice lobbyingu klade důraz na „soustavnost a systematickost“ uvedené činnosti (Česká justice, 2017).

Je potřeba si uvědomit, že spravedlivý lobbying je i cestou, jak předejít nepřiměřeně častým novelizacím právních norem a zvýšení stability a kvality právního řádu jako celku. Lobbying není pokoutní jednání, ale zcela obvyklá prezentace názorů a potřeb, které jsou pro

určitou část společnosti významné a které by třeba jinak mohly zůstat v době přijímání právního předpisu i nepovšimnuty (Vláda, 2018).

Lobbyování znamená „*pokus ovlivnit ty, kdo rozhodují tak, aby vybrali ten směr činnosti, který preferuje lobbista nebo jeho klient. Může se jednat o schválení, novelu nebo zamítnutí zákona v parlamentu, ale také o zrušení, přijetí nebo pozměnění a doplnění vládní politiky, anebo ovlivnění získání vládní zakázky nebo alokaci financí*“ (Griffith, 2018, str.1).

Muller (2010) uvádí, že pojem lobby pochází z angličtiny a má několik významu:

- vstupní hala,
- veřejný prostor poblíž hlavního jednacího sálu zákonodárců,
- skupina osob zabývajících se ovlivňování zákonodárců nebo jiných veřejných činitelů ve specifické záležitosti,
- snaha ovlivnit veřejné činitele za účelem vyjádření souhlasu či nesouhlasu s konkrétním opatřením či návrhem,
- snaha ovlivnit úředníka tak, aby jednal určitým způsobem.

Na Lobbying se dá dívat z různých pohledů, lze ho definovat jako obecný pojem pro ovlivňování nebo přesvědčování veřejných činitelů. Někteří si pod pojmem lobbying představí „pouhou“ snahu získat lidi na svoji stranu, a myslí si, že lobbisté především „*kroutí ruce zákonodárcům*“ (Muller, 2010).

Kalninše (2005, str. 17) uvádí obecnou definici lobbyingu jako legitimní, legální a uznanou „*interakci soukromých osob se státními orgány a místní správy/samosprávy s cílem dosáhnout toho, aby byla nebo nebyla přijata některá rozhodnutí anebo byly nebo nebyly realizovány určité aktivity tak, jak si žádají oni nebo třetí osoby (klienti).*“

Lobbyovat může naprosto každý a za kteroukoliv firmu. U koho se lobuje, je většinou zástupce důležitého úřadu, vlády, místního zastupitelstva atd., který rozhoduje o udělení důležité zakázky, o nových zákonech či předpisech. Lobbying vede k hájení vlastních zájmů, které jsou podloženy informacemi, argumenty nebo analýzami. Největším nebezpečím lobbyingu je paradoxně nedostatek lobbyingu nebo jednostrannost argumentů (Kadera a Vlačíhová, 2011).

Ideální definice lobbyingu by měla dále odlišit lobbying od prosazování zájmů prostřednictvím volených zástupců. Lobbying je třeba definovat jako zdroj informací a expertiz a jasně vymezit aktéry lobbyingu. To se vztahuje i na lobbisty, kteří nelobují pouze ve vlastním

zájmu. Nezbytnou součástí lobbingu je také vymezit vytyčené cíle, kterých chce lobbyista dosáhnout. Obecně lze říci, že lobbing je pojem pro ovlivňování veřejných činitelů, z jiného pohledu může jít o přesvědčování. Různé zájmy společně vstupují do soutěže, a pomocí metod, schopností a síly použitých argumentů mají přesvědčit toho, kdo rozhoduje, aby jednal v souladu s danými zájmy. Takle situace vyžaduje rovnocenné postavení zájmových skupin.

Lobbing je v konečném důsledku spojován s nelegálními či nelegitimními praktikami. Mnoho lobbistů, kteří praktikují lobbing takového způsobu považují přesvědčování za ztrátu času, energie, peněz. Jestliže je lobbing chápán jako advokátní činnost, může jít o profesionální advokační činnost pro klienta nebo pro obhajobu vlastních zájmů. Jestliže lobbing nazveme jako reprezentaci zájmů, tak se může jednat o definici doprovázenou buď nepřímo pomocí lobbistů nebo přímo ve vlastní režii (Libby, 2011). Optimální vymezení lobbingu není ani po několika desetiletích zkušeností není jednoznačné. Faktem lobbingu je skutečnost, že je přirozenou součástí moderní společnosti, rozvinuté občanské politické kultury a občanské společnosti. Potřeba vymezení lobbingu a jeho odlišení od korupce se vyskytuje jak s narůstající emancipací zájmových skupin ve společnosti a proměnami institucí liberálních společností, tak i s potřebou transparentnější tvorby politiky (Muller, 2010).

2.1.1 Lobbisté

Lobbista je nazýván různými pojmy: prostředník, manipulátor, ovlivňovatel. Jedná se také o skupinu lidí, která provozuje lobbismus, a disponuje pravomocemi a kompetencemi státní moci a jejích subjektů v různých oblastech života. Lobbingová skupina může taktéž být nazývána jako nátlaková skupina prosazující své zájmy (zájmová skupina) (Kadera a Vlačihová, 2011).

Lobbista v roli prostředníka, je ten, který propojuje zájmové skupiny s vládou. Lobbisté mají prostřednictvím kontaktu poměrně rozšířené možnosti působení a sami si vedou rozsáhlé seznamy, jak propojit problémy, vhodné aktéry a instituce. Role komunikátora, spočívá v tom, že předává informace oběma stranám, tzn. lobbovanému i svému klientovi. Nicméně tato role neznamena jen předávání informací ale také snaha propojovat lidi, poskytovat specializované informace o problému a různých procesních záležitostech.

Náplň práce lobbisty, jeho postoj ve společnosti, jeho práva a povinnosti by měl vymezovat zákon o lobbingu. Podle návrhu českého zákona o lobbyingu je lobbista osoba, která provozuje lobbing. Jestliže osoba uskutečnila během jednoho kalendářního čtvrtletí minimálně

čtyři lobbistické kontakty, případně v rámci jednoho kalendářního roku pět nebo více lobbistických kontaktů, platí, že naplno vykonává lobbying. Návrh zákona zahrnuje jednak pojem lobbying a lobbistický kontakt, tak rovněž obsahuje práva a povinnosti i sankce, které bude možné lobbistům ukládat. Lobbista se může objevovat i v roli pouhého přítakávače, který má argumenty ve prospěch nebo neprospěch určitého zájmu. Rozhoduje se podle situace, která mu bude přínosnější a efektivnější (Vymětal, 2010).

Lobbistickým subjektem se může stát v podstatě kdokoli, jediným kritériem zůstává snaha ovlivnit politiku veřejných orgánů (Lehman, 2003). Lobbistou se mohou stát zástupci ziskového sektoru, představitelé neziskových organizací, profesní svazy a sdružení, specializované lobbistické společnosti, jednotlivci, média.

Důležité je také zmínit jaké jsou práva a povinnosti lobbisty:

Práva lobbisty:

- vstoupit do prostor Parlamentu ČR bez doprovodu,
- vystoupit na výboru Parlamentu ČR na pozvání,
- mít přístup k dokumentům připravené legislativy,
- připojit stanovisko v rámci legislativního procesu,
- mít přístup ke komisím a podvýborům Parlamentu ČR.

Povinnosti lobbisty:

- registrovat se,
- zveřejnit svého zaměstnavatele, dobu a způsob uskutečnění lobbyingu, téma lobbyingu, jméno a instituci lobbovaného,
- odevzdávat finanční zprávu, přijmout audit kontrolního orgánu,
- podepsat etický kodex (Šedivý a Medlíková, 2012).

Všichni lobbisté by měli při svých aktivitách dodržovat etické zásady. Lobbista by měl být vždy schopen odpovědět na následující otázky: Kdo jste a koho zastupujete? Jaká je struktura vaší organizace/firmy? Co konkrétně chcete změnit a jakým způsobem toho chcete dosáhnout? (Hodges, 1998). Celá řada států a organizací vytvořila etické kodexy, ke kterým se lobbisté musí přihlásit. V České republice to je APAA (Asociace Public Affairs Agentur), ale doporučení také vydala Rada Evropy. Lobbisté, registrovaní při některých institucích Evropské unie v Rejstříku transparentnosti, se zavazují k Etickému kodexu obsahující: obecné principy, transparentnost a otevřenost, důvěrnost, konflikt zájmů, zaměstnávání bývalých pracovníků

institucí EU, finanční pobídky. Nicméně v České republice existuje Etický kodex, který je závazný jen pro členy APAA, který sdružuje profesionální lobbistické firmy (Europa, 2019).

Mezi základní kompetence lobbisty patří navazování kontaktů – oslovování lidí, udržení vztahu, sbírání informací pro své kontakty, vzájemně propojovat lidi mezi sebou, být členem asociací a spolků. Dále je důležitá samostatnost, být schopen individuálně plánovat, stanovit si vytyčené cíle i postupné kroky, získávat zpětnou vazbu ke své práci. Potom také flexibilita pracovat individuálně ale i s týmem podle potřeby a situace. Lobbista by měl mít správné komunikační schopnosti, naslouchat druhým, být schopen efektivně argumentovat i emotivně přesvědčovat své partnery a posluchače. Měl by mít schopnost analýzy, tj. sbírat informace při osobních kontaktech, ze sociálních sítí, veřejných zdrojů, tisku. Důležité je také umět se prezentovat, srozumitelně, poutavě a zajímavě vysvětlit svůj cíl, kterého chce dosáhnout, mít všeobecný přehled, vzdělávat se a pracovat na osobním rozvoji nejen v oblasti svého zájmu, ale orientovat se v různých etapách života, zajímat se o novinky v dané oblasti či oboru, kontaktovat profesionály v oboru, číst odborné články, knihy, literaturu. Nutným předpokladem je společenské chování, zvládat společenskou konverzaci, pravidla a normy v rámci osobního kontaktu. V neposlední řadě by měl lobbista mít jazykovou vybavenost ovládat minimálně jeden světový jazyk slovem i písmem, rozvíjet se, spolupracovat se zahraničními partnery (Šedivý a Medlíková, 2012).

Aktuálně v České republice by mohla vzniknout jasná pravidla pro politický lobbying. Vláda schválila věcný záměr zákona, který klade důraz na to, aby se lobbisté přihlásili ke své činnosti. Důvodem je, aby se omezily nežádoucí jevy, které jsou s lobbyingem spojené, konkrétněji se jedná o střet zájmů, korupci či klientelismus. Návrh zákona vznikl za teď už předchozího ministra pro lidská práva a rovné příležitosti Jana Chvojky (ČSSD). Autoři materiálu označují lobbying, tedy soustavnou činnost k prosazování skupinových zájmů, za legitimní součást demokratického procesu. Ministři, poslanci a senátoři by pak měli být následně vyzváni k tomu, aby se s neregistrovanými lobbisty už nadále nestýkali. Materiál předkládá čtyři různé regulace varianty budoucí regulace lobbyingu, preferují především tu která zavádí registr lobbistů. V registru by byli zaznamenáni ti, kteří systematicky nebo organizovaně usilují o ovlivnění zákonodárného procesu na centrální úrovni (autor ČTK, Hospodářské noviny, 2018).

2.1.2 Dělení lobbingu

V druhé podkapitole je vymezen pojem lobbing, a jak se ukazuje, není to úkol jednoduchý. Chápání lobbingu se postupem času měnilo, a každý z autorů na lobbing nahlíží z jiného úhlu pohledu. V kostce můžeme jen říci, že lobbing je chápán jako obecný pojem pro ovlivňování veřejných činitelů, či jejich přesvědčování. Další část první kapitoly je věnována dělení lobbingu.

Lobbing můžeme dělit z několika hledisek, Šedivý a Medlíková (2012) vymezují:

- strategický lobbing – cílený, dlouhodobý,
- ad hoc lobbing – neplánovaný, účelový ve prospěch jediné věci,
- přímý lobbing – k tomu jsou používány různé nástroje, kterými jsou telefonáty, e-maily, veřejná slyšení, dopisy, osobní prezentace, osobní setkání apod.,
- nepřímý lobbing – probíhá nepřímou formou prostřednictvím další osoby tzv. „prostředníka“, např. skrze konzultanty, politické strany, masmédia apod.

S dalším členěním se můžeme setkat v politickém slovníku (Politický slovník, 2018):

- predátorský lobbing – úmyslné vyřazení konkurentů, kteří mohou ohrozit či ovlivnit zájmy klienta,
- obranný lobbing – zastupuje zájmy určité skupiny, brání určité téma, zpracovává analýzy pro veřejnost k ovlivnění společnosti.

Z politologického hlediska lze lobbování podle typu adresáta dělit na složku:

1. Výkonnou – jedná se především o krátkodobé zájmy (např. jmenování do funkce).
2. Zákonodárnou – účelem bývá většinou dlouhodobější změna v systému (např. zákony, vyhlášky).
3. Soudní – ovlivňování soudních rozhodnutí.
4. Volební – především získávání finančních prostředků na volební kampaně, většinou v USA (Politický slovník, 2018).

2.1.3 Funkce a formy lobbingu

Jednou z hlavních funkcí lobbingu je poskytovat informace. Jde o poskytování veškerých informací a argumentů k jednotlivým tématům. Rozšiřování informovanosti o tématu, zpracování dat a analýz, poskytovat, pokud možno nezkrácené informace, úplné a k širším kontextu vztahované informace jak veřejným činitelům, tak široké veřejnosti. Dále integrační funkce, při kterém se vytváří síť kontaktů monitoring aktérů, sběr informací a komunikace. To může sloužit k objasnění stanovisek nejen mezi spojenci, ale i mezi soupeři, může dojít k vytváření spojenectví, koalic, vzájemné loajality a solidarity. Další funkcí je medializace a upozorňování na problémy, propagace, vytváření kampaní na určitá témata (Politický slovník, 2018).

Muller (2010) uvádí tyto základní funkce lobbingu:

- přesvědčovací funkce, zde se jedná o snahu etickými způsoby, prostřednictvím adekvátních argumentů, ovlivnit rozhodnutí subjektu s rozhodovací pravomocí určitým směrem,
- nabízení řešení konkrétního problému na základě předkládaných argumentů a informací,
- vymáhání základních práv, sbírání informací a role hlídačů psa¹,
- pro budoucnost je i podstatnou součástí lobbingu „vyšlapávání si“ cestičky, znamená to přípravnou fázi zorientování se ve veřejném poli do té doby, než bude potřeba mobilizovat všechny síly pro prosazování konkrétního zájmu (Muller, 2010).

Lobbing je často outsourcován pro různé skupiny. Úkolem lobbisty je dostat zájem skupiny k vládním strukturám, předložit jim informace a v ideálním případě ovlivnit jejich hlasování ve prospěch klienta. Za předpoklad pro vyspělé země je bráno, že lobbing by měl mít jasně nastavená pravidla a mantinely, tak jako je tomu v USA. Institucionalizace lobbingu, dohledové orgány a etická pravidla vytvářejí určité protiváhy k bezbřehému ovlivňování státních struktur (Politický slovník, 2019).

Pokud hovoříme o formách lobbingu tak je důležité, že každá zájmová skupina by se měla rozhodnout, kromě volby vhodné lobbingové strategie a taktiky, zda bude jednat formálně či neformálně, jestli bude vystupovat přímo či nepřímo, případně prostřednictvím tzv. „třetí

¹ Tato funkce je velmi často zmiňována. Subjekty, které se touto činností zabývají, mohou být v některých zemích považovány za lobbisty, i když lobbují často v celospolečenském zájmu a poukazují na problémy vyplývající především z činnosti státu a veřejných činitelů.

strany“, a jaké k tomu použije nástroje. Jestli-že chceme získat např. podpis komisaře nebo předsedy formace Rady EU je vhodné zvolit formální přístup.

Jsou ale případy, kdy formální přístup není vhodný a mohl by naopak uškodit v rámci daného zájmu. Může se jednat o následující situace:

- 1) zmapování pozic hráčů a situace na trhu zájmovou skupinou,
- 2) politické dohody s opozičními, spřízněnými i váhajícími aktéry,
- 3) oslovení členů a zaměstnanců, ve snaze o ovlivnění technického obsahu určitého návrhu, který připravují a projednávají expertní pracovní nebo poradní skupiny,
- 4) zájmová skupina nechce, aby došlo k jakémukoliv rozhodnutí – zdržování procesu (Kadera, Vlačihová, 2011).

2.1.4 Nástroje lobbyingu

Vztahy s veřejností jsou spojením organizace nebo firmy s okolím, týkající se profesní nebo komunikační rovině. Úkolem lobbisty je schopně a efektivně komunikovat, prostřednictvím různých nástrojů. Lobbyista nejčastěji komunikuje písemně nebo ústně, a každá z těchto uvedených typů má své specifikace. Média mají největší moc informovat okolí, mystifikovat a ovlivňovat posluchače a čtenáře (Kadera, Vlačihová, 2011).

Mezi základní nástroje lobbyingu řadíme například osobní setkání, což je neúčinnější forma lobbyingu. Dále průzkumy, studie, analýzy – které jsou účelově orientované. Mezi nejčastější typy médií patří: TV + rozhlas, internet, semináře, celostátní regionální tisk (Šedivý, Medlíková, 2012).

Smyslem tiskových zpráv je hlavně informovat o událostech a postavit se k nim. Napsat poutavou, zajímavou tiskovou zprávu není v dnešní době jednoduché. Tiskové zprávy jsou především vystavované na vlastních internetových stránkách a zaslána médiím k využití a čerpání informací pro redakční články. Hodně populární v dnešním světě je internet, tudíž internetové stránky jsou velmi snadným zdrojem informací. Stránky by měly obsahovat hlavně základní informace o zájmové skupině, její kontaktní údaje, strukturu a personální obsazení. Hlavním bodem pro úspěšnou internetovou stránku je její přehlednost. Běžným nástrojem komunikace je také newslettery a časopisy. Vzhledem k tomu, že na trhu je množství časopisů nespočet, tak je velmi těžké čtenáře zaujmout. Nejdůležitějším nástrojem a nejpoužívanějším je osobní jednání. Lobbyisté se častěji setkávají s politiky a veřejnými činiteli s cílem prezentovat své zájmy (Vlačihová, 2011).

Také nesmíme zapomenout na spolupráci s dalšími spřízněnými subjekty a na tvorbu aliancí a koalic. První lobbyingové koalice se začaly vyvíjet v 70. letech 20. století v podobě evropských sektorových asociací sdružujících národní sektorové asociace, respektive firmy působící v daném oboru. Od 90. let se setkáváme s tzv. soustředěnými koalicemi, těmi jsou např. sdružení výrobců pneumatik či náhradních dílů.

Výše bylo uvedeno, že jedním z hlavních dělení lobbyingu je dělení na přímý lobbying a nepřímý lobbying. Mezi nástroje přímého způsobu lobbyingu patří: osobní návštěva, telefon, dopis, soudní spor, leták nebo brožura, členství ve výboru, internetové stránky.

Mezi nepřímé nástroje lobbyingu patří: národní asociace či mediální mobilizace (dobře zvládnuté vztahy s médii jsou nejlepším a nejefektivnějším způsobem vytváření pozitivního mediálního obrazu). Existují však i další cesty: publikování, šíření co největšího množství kladných zpráv a současně tlumení negativní prezentace klienta ve sdělovacích prostředcích, známé osobnosti – velmi dobrým marketingovým tahem je, využít známé osobnosti k ovlivnění širší veřejnosti (Schendelen, 2004).

2.2 Historie lobbyingu

Existence i trvání lobbyingu jsou omezeny v krajním případě nanejvýš dvěma stoletími. Prapočátky lobbyingu jako procesu ovlivňování nějakého subjektu jiným subjektem sahá až do starověkého Říma, kde se panovníci, poslanci, osobní kuchaři císařů a veškerí prosebníci shromažďovali v předsálích či předsíních. Toto byla jediná možnost, jak mohli poddaní komunikovat s vyšší třídou, s mocnými a mít vliv na veřejnou správu. S pojmem lobbying se setkáváme i ve Velké Británii nebo v Americe. Velká Británie se sice „pyšní“ zvykovým právem Common Law a zákonodárstvím z 19. století, to ale spíše postihovalo korupci (Klüver, 2013). Název lobbying se odvozuje od prastarého zvyku, že se prosebníci shromažďovali v předsíni vlivných osob, panovníků a později i poslanců, ministrů atd.

Ovšem samotné slovo lobbying má kořeny v USA, kde se objevilo ve 30. letech 19. století a prvním lobbistou byl pravděpodobně Američan William Hull. Byl to válečník, který se snažil prosazovat své zájmy, tím že se snažil vyjednat pro veterány z Virginie lepší vyrovnání za jejich výkony ve válce za nezávislost (Šedivý, 2012).

Birnbaum (1992) se domnívá, že slovo lobbista je odvozeno od hledače vlivu, kteří čekali v předsáli dolní komory anglického parlamentu na rozhovor se zákonodárcem. Toto označení sahá až do roku 1215, kdy král Jan udělil anglickým baronům právo na jakoukoliv protestaci proti porušování jejich práv, což vyplývalo z Magny Charty. Byla to protiváha proti oficiální

centralizované moci panovníka jako cesty ovlivňování politiky ze strany šlechty. Tato myšlenka, stěžovat si vládě s cílem nápravy křivd, je opakovaně přítomná a vyzvednuta především při lobbování v USA s odvolávkou na první dodatek Ústavy. Jako první je nutné oddělit lobbying a jeho neformální podobu založenou na gentlemanských dohodách od formální institucionalizované podoby. Právě v USA mají nejbohatší historii lobbyingu, a to nejen jako reálné aktivity, ale také jako zkušenost s pokusy lobbying. Vrchol lobbyingu v USA nastává v 50. letech 19. století. Nejznámější lobbistou té doby byl Samuel Colt, který se snažil prodloužit prostřednictvím zákona svůj patent o dalších sedm let. Předváděl hlavně funkčnost zbraně vybraným senátorům. Druhá polovina 19. století přinášela nespokojenost ze strany podnikatelů s lobbyingem, hlavně z důvodu jeho spojování s podezřelým a korupčním jednáním (Muller, 2010).

V současné době se stále více mluví o evropském lobbyingu, jelikož většinu právního řádu členských zemí pochází z norem přijímaných v Bruselu. Pomocí rozšiřování EU, globalizaci a vzájemné závislosti světa postupně dochází k výraznému nárůstu lobbistu aktivních u institucí EU. Aby byl lobbying úspěšný, je k tomu potřeba důvěryhodnost, technická znalost a velmi dobrá komunikace. Vývoj lobbyingu v Evropské unii a v jejích členských státech má oproti USA viditelné zpoždění. Pro ukázkou lze říci, že v USA lobovalo v roce 1975 přes 15 tisíc zájmových sdružení, v Německu téhož roku to bylo zhruba 700.

Od založení Evropských společenství prošel evropský lobbying vývojem od koaličního lobbyingu přes diplomatický a strategický k transversálnímu. Hájení zájmu v rámci dnešní osmadvacítky je na rozdíl od původní šestice mnohem náročnější a složitější. Je zde více zájmových skupin s ohledem na rozšíření EU, ale taktéž na zvýšení počtu oblastí, které jsou nově v kompetenci EU (Kadera, 2011).

2.3 Zájmové skupiny a jejich definice

Zájmové skupiny jsou založeny na předpokladu, že každý jednatel má specifické zájmy a že některé zájmy má společné s větším či menším počtem jiných jednotlivců, jež jsou motorem zájmového sdružování. Cílem a smyslem člověka je uspokojení a realizace. Toho můžeme dosáhnout díky individuálním nebo skupinovým potřebám a zájmům. Z pohledu skupiny a společnosti jednáme obvykle o zájmech. Zájmovou skupinu můžeme vymezit jako dobrovolně utvářenou skupinu jedinců sledující společný zájem a společný cíl. Max Weber definoval zájem jako „čistě účelovou orientaci jednání jednotlivců podle stejnorodých očekávání“. A zájmovou organizaci lze definovat jako omezený nebo uzavřený sociální vztah

regulovaný navenek tehdy, když je dodržování garantováno vlastním chováním určitých lidí zaměřených na jeho provádění (Laboutková, 2010).

Pro význam zájmové skupiny je podstatný konflikt, do kterého se zájmová skupina dostává s jinou zájmovou skupinou. Podle Bentleyho nemá existence zájmové skupiny bez konfliktu téměř žádný smysl. Následovníkem Bentleyho konceptu zájmových skupin byl David B. Truman, který se zabýval typologizací nebo vývojovým fázím zájmových skupin (Pedler, 2002).

V Bruselu působí různé zájmové skupiny od byznysu přes regiony až po nejrozličnější uskupení hájící tzv. veřejné či sociální zájmy. Neill Nugent rozlišuje čtyři typy zájmových skupin na nevládní úrovni, které se snaží ovlivnit tvorbu unijní legislativy: soukromé a veřejné společnosti, jednotlivé evropské regiony, národní zájmové skupiny a lobbistické organizace působící na unijní úrovni (Nugent, 2017). Jestliže budeme hovořit o evropských regionech, tak jejich aktivita do velké míry závisí na roli, kterou hrají v jednotlivých státech. Na jedné straně lobbuji přímo na unijní úrovni nebo na druhé straně se snaží ovlivňovat ve svůj prospěch výchozí vyjednávací pozici příslušné národní vlády. Tradičně nejsilnější postavení mají regiony silné i na národní úrovni, zejména se to týká států s federalistickou strukturou jako jsou například Belgie nebo Německo. Nicméně i některé země s velmi centralizovanou vládou jako je například Velká Británie nebo Francie mají v Bruselu každá více než dvě desítky regionálních kanceláří (Hix, 2011).

Rozdíl mezi zájmovou skupinou a politickou stranou je, že zájmová skupina se nesnaží o dobytí a vykonávání moci. Spokojí se s vykonáváním tlaku na ty, kteří jsou u moci. Truman rozlišuje 3 vývojové fáze zájmových skupin, a to podle jejich aktuálního jednání. Aktuálním jednáním se rozumí v jakém vztahu a s kým se zájmová skupina právě nachází. Takové vztahy mohou být:

- 1) vztah mezi skupinou a jejich členy (skupina),
- 2) mezi skupinami navzájem (zájmová skupina),
- 3) mezi skupinami a státem (politická zájmová skupina).

Významnou historickou událostí ve zkoumání mechanismů vzniku a fungování zájmových skupin je Olsonova teorie kolektivního jednání z roku 1965. Olsonův přístup ke kolektivnímu jednání definuje představu sociálních věd, že jednotlivci, kteří mají společný zájem, budou tento zájem hájit jako skupina tak, jak by jej hájili individuálně. Olson také říká, že pokud je skupina příliš velká, nebo pokud zde není žádná motivace nebo jiný prostředek

který by přinutil jednotlivce jednat ve společném zájmu, pak racionální jednotlivci nebudou jednat tak, aby dosáhli společného zájmu. Vztah mezi individuálním a společným zájmem ve skupině Olson srovnává se vztahem mezi jednotlivcem a státem (Laboutková, spol., 2010).

Roli zájmových skupin ve veřejné politice i v sociálních vztazích definují dva zásadně odlišené přístupy, kterými jsou liberalismus a neokorporativismus. Ke kladným důsledkům působení zájmových skupin lze zařadit jejich informační a vzdělávací funkci. Tyhle dvě funkce jsou velmi důležité a působí na širší veřejnost či své členy. Důležitým bodem je, aby veřejnost rozuměla a podporovala požadavky zájmové skupiny. Úkolem zájmových skupin proto také je poskytovat informace a seznamovat s konkrétními problémy v celé jejich šíři. To vyžaduje, aby čím větší počet lidí mělo k dispozici stále více informací, znalostí a komunikačních příležitostí. Další pozitivní funkcí zájmových skupin je monitorování naplňování vládního programu, upozorňování svých členů, ale také široké veřejnosti na nedostatky či odchylky vládních rozhodnutí od vládního programu v případech, které souvisí se zájmem jejich členů (Muller, 2010).

Významnou roli zájmových skupin ve společnosti je navrhnout nová témata a snaha ovlivnit legislativní procesy nebo rozhodnutí státních institucí a zákonodárných sborů ve prospěch svých zájmů. Zájmové skupiny nereprezentují všechny občany stejně, jelikož jsou na tom hůře především chudší a méně vzdělané vrstvy. Důvodem je, že bohatí mají více příležitostí a dispozic prosadit své zájmy, a ovlivnit systém veřejné správy, aby vycházel vstříc právě jim. Co se týče konkurence zájmů, tak pro dosažení určité rovnováhy je zcela zásadní potřeba rozlišovat, zda zájmové skupiny mají společné cíle, kterých chtějí dosáhnout a jestli si navzájem konkurují, nebo naopak se jejich zájmy spojují. Pokud se jejich zájmy spojují, může být jejich konkurence značně nevýhodná. Dochází k rozpadu jejich vlivu, finančních prostředků, síly a v neposlední řadě energie, kterou do toho vložily. Pokud se jedná o zcela opačné zájmy, pak je jejich konkurence žádoucí, dojde k zájmovému soupeření, které přinese komplexnější, přesnější a důvěryhodnější argumenty (Muller, 2010).

Občanská společnost, především ta organizovaná, má nepostradatelnou roli, co se týče zastoupení svých členů. Subjekty občanské společnosti mají za úkol zprostředkovat politikům a úředníkům aktuální informace o dopadu určitých rozhodnutí do reálného života. Podle typu subjektu lze skupiny rozdělit do následujících kategorií:

- 1) Podnikatelské a zaměstnavatelské asociace – podnikatelé a zaměstnavatelé se svazují do různých asociací s cílem efektivně obhajovat zájmy svých členů. Vznik evropských podnikatelských a zaměstnavatelských organizací spadá až do padesátých let dvacátého

století. Asociace mohou získat členský příspěvek od členské základny dané národní asociace. V ČR existují desítky podnikatelských a zaměstnavatelských asociací a vznikají dále nové, díky rozvinuté nové ekonomice a definicím zvláštních společných zájmů. Členem největší zaměstnavatelské platformy BUSINESSEUROPE je svaz průmyslů a dopravy ČR; Hospodářská komora ČR – která je členem Sdružení evropských průmyslových a obchodních komor EUROCHAMRES a Evropské sdružení malých a středních podniků a řemeslníků EUAPME.

- 2) Zastoupení zaměstnanců – sdružování zaměstnanců patří k velmi důležitým sociálním právům, co se týče organizovaného stupování zájmů má význam především v ovlivňování postavení a podmínek zaměstnanců na pracovním trhu a v okruhu sociálního dialogu. Velice efektivní je schopnost prosazovat zájmy až už od jednotlivých firem až po celorepublikovou centrálu a jednotnou evropskou odborovou konfederaci.
- 3) Nevládní neziskové organizace – Tyto organizace mají prioritní cíle, kterými jsou že umí „dobře prodat“. Jejich schopnost komunikovat s veřejností, ovlivňovat veřejná mínění a mobilizovat média je ideálová.
- 4) Konzultanti a právnícké kanceláře – figurují především v zastupování zájmů, zejména individuálních zájmů klientů, a hlavně hrají velkou roli konzultantské firmy a advokátní kanceláře.
- 5) Zastoupení regionu a měst – V České republice je to v rámci asociací krajů ČR, přičemž sdružují všech 14 krajů včetně hlavního města Prahy. Všechny tyto kraje včetně Prahy mají zastoupení v Bruselu. Dalším zastoupením je svaz měst a obcí ČR, který sdružuje 2500 měst a obcí.
- 6) Další aktéři – mezi významné aktéry na národní a evropské úrovni řadíme spotřebitelské organizace, která je například sdružení na ochranu spotřebitele (Kadera, 2011).

2.3.1 Typologie zájmových skupin

Zájmové skupiny jde dělit z několika hledisek, v závislosti na struktuře, aktivitě, původu atd. Na jedné straně jsou to skupiny formální/neformální, na druhé straně jsou to skupiny klasifikované podle druhu zájmu. Samostatnou kategorií jsou vládní zájmové skupiny, jejich aktivity se týkají zahraniční politiky (Laboutková, 2010).

Formální zájmové skupiny mají pevnou organizační strukturu, vyznačují se širokou členskou základnou a jsou obkloповány odbory, profesními organizacemi atd. Jestliže se tyto skupiny sdruží do většího celku může se jednat například o průmyslové svazy. Většina

zájmových skupin vzniká jako nezávislé organizace, ve společnosti chtějí působit dlouhodoběji, takže se především jedná o různá občanská sdružení či zájmové svazy (Laboutková, 2010).

Neformální zájmové skupiny nemají danou organizační strukturu, formulují se spontánně na podporu určité situace a zpravidla mají dočasné trvání. Příkladem neformální zájmové skupiny je sociální hnutí, přičemž sociologové dělí hnutí na stará (např. dělnické hnutí vzniklé v průběhu industrializace) a nová (např. feministická, environmentální, pacifická hnutí).

Jestliže budeme dělit zájmové skupiny podle druhu tak základním členěním je materiální ekonomické, kde se řadí různé obchodní skupiny, zemědělci, odbory, profesní organizace, odvětvové organizace. A dalším typem jsou nemateriální ideové zájmy, označovány také jako neziskové skupiny, kterým nejde o ekonomický zájem ale o obecný zájem. Některé sledují pouze jedno konkrétní téma nebo naopak sledují komplexně obecné záležitosti, kterou může být korupce. Mezi nemateriální zájmové skupiny patří například skupiny důchodců, mládeže, žen, sportovní svazy, ekologické aktivity (Laboutková, 2010).

Brit Wyn Grant dělí zájmové skupiny na insidery a outsiders. Rozdíl spočívá v jejich strategiích, tzn. jak zájmové skupiny naplňují své cíle. Insideři mají neustálý kontakt s politiky a jejich úředníky, disponují oficiálním statutem účastnit se na formulování jednotlivých politik, jedná se o dlouhodobý kontakt. Outsideri pro změnu nenavazují přímý kontakt s vládou, pořádají masové akce a kampaně a nepodřizují se pravidlům politického vyjednávání. Jejich status závisí na postoji příslušné veřejné instituce vůči nim, to znamená, jestli budou jako insideři, nebo nadále budou působit jako outsideri (Laboutková, 2010).

3 Regulace lobbingu v ČR a v Evropské unii

V České republice probíhají několik let debaty a úvahy o regulaci lobbingu, která by mohla dopomoci ke zvýšení kvality a profesionality lobbování. V našem právním řádu lobbing nemá oporu, nicméně článek 2 odstavec 4 Ústavy ČR definuje zásadu, kterou můžeme vztáhnout k lobbingu a to je: „Každý občan může činit, co není zákonem zakázáno, a nikdo nesmí být nucen činit, co zákon neukládá“. Je hlavně potřeba nezaměňovat pojem lobbing s korupcí a úplatkářstvím, které definuje trestní zákon §331. První pokusy o regulaci lobbingu se objevily v roce 2005 v podobě návrhu dobrovolného Etického kodexu poslance navrženého tehdejším předsedou Poslanecké sněmovny Lubomírem Zaorálkem. Tento zákon ale nevydal žádnou odezvu (Kadera, Vlačihová, 2011).

Některé členské státy Evropské unie přímou regulaci lobbingu nemají, jelikož je uznávána tradice, že v mnoha evropských zemích je silné postavení korporací, které si vytvořily vlastní mechanismy a nástroje k ovlivňování státních orgánů. V důsledku toho je lobbing vnímán jako cizorodý, importovaný a nadbytečný jev. Příkladem silných korporativistických tradicí mající institucionalizovaná pravidla pro komunikaci mezi státními institucemi a zájmovými skupinami jsou Německo, Dánsko, Finsko nebo Rakousko. Lobbing je v těchto případech regulován nepřímo. Nepřímá úprava styku zájmových skupin s poslanci Spolkového sněmu existuje v Německu. Regulace styku je ošetřena dvěma přílohami Jednacího řádu Spolkového sněmu, jejíž první příloha zavádí pracovní kodex poslance a jeho povinnosti spojené s výkonem mandátu, a druhá příloha se zabývá registrací asociací a jejich představitelů (Muller, 2010).

3.1 Lobbing v ČR

Lobbing v České republice se začal vyvíjet až po roce 1989. Lobbing má u nás velmi pejorativní význam a 73 % českých občanů vnímá souvislost lobbingu s korupcí. Česká společnost nicméně nemá ucelený názor na způsob regulace lobbingu, což vypovídá o nedostatku informací. Lobbing v České republice je především zaměřen na jednotlivá ministerstva, Poslaneckou sněmovnu Parlamentu ČR, a zvláště na projektový lobbing v rámci státních dotačních schémat a operačních programů evropských strukturálních fondů (Kadera, Vlačihová, 2011).

Lobbisté v ČR nemusejí být registrováni, ani nemusí nikomu sdělovat, pro koho pracují. V důsledku toho nelze jednoznačně určit kolik jednotlivců či společností provozuje lobbying. U nás se můžeme setkat s jednotlivci, kteří mají zkušenost se státní správou nebo politikou (Kadera, Vlačihová, 2011).

Jde například o bývalé diplomaty, politiky, vysoké státní úředníky, kteří během svého působení nasbírali mnoho zkušeností a mají kontakty na soudobé politiky a vysoké představitele státní správy. U českých institucí lobbují zejména banky, občanská společnost (asociace, sdružení apod.), firmy, podnikatelské asociace a další subjekty (Kadera, Vlačihová, 2011).

Problémem českého lobbyingu je nedostatečné hájení zájmů, tzn. pasivní zapojení občanské společnosti do veřejného života. Důvodem může být odpor jakýmkoliv způsobem se organizovat přetrvávající z dob komunismu. V určitém ohledu ale dochází ke zlepšení vytváří se řada profesních a zájmových sdružení, které úspěšně umí své zájmy prosazovat (Kadera, Vlačihová, 2011).

3.1.1 Regulace lobbyingu v České republice

Lobbying je vnímán jako podezřelá činnost, zaměňována s korupcí a klientelismusem. V České republice chybí řádná pravidla legislativního procesu, a právní vymezení pojmů lobbying a lobbista. Lobbying není zakázaný, takže ho může vykonávat kdokoli, jak vyplývá z Listiny základních práv a svobod. Politické debaty o regulaci lobbistických aktivit začaly téměř hned po vstupu ČR do EU. Pražský think-tank Institut pro ekonomickou a politickou kulturu se v roce 2004 snažil prosadit nastolení tématu regulace lobbyingu do parlamentní agendy. Téma se ale ukázalo jako neprolobbovatelné a iniciativa skončila u několika seminářů a publikací (IPEK, 2004). Jak už bylo uvedeno výše, realizovaný návrh byl v roce 2005 o dobrovolném Etickém kodexu poslance tehdejšího předsedy sněmovny Lubomíra Zaorálka (ČSSD), jehož úkolem bylo posílení důvěryhodnosti poslanců. Činnost lobbistů měla být regulována nepřímo, a zamýšlená regulace tak sledovala britský vzor. Programové prohlášení Topolánkovy vlády v roce 2007 vyvolal příslib, že lobbistické aktivity budou určitým způsobem regulovány. Vedle efektivnějšího boje proti korupci se vláda zavázala připravit „*právní opatření regulující lobbying včetně transparentnějšího systému registrace*“ (Programové prohlášení vlády, 2007;12). Nicméně to zůstalo pouze u prohlášení.

V roce 2009 studentská iniciativa Inventura demokracie požádala o řešení čtyř akutních problémů české politiky, do nichž patří taktéž monitoring a regulace lobbyingu, a řešení problému legislativních přílepků (Inventura a demokracie, 2009). Poslanci Bohuslav Sobotka a

Jeroným Tejc předložili v polovině roku 2009 paragrafové znění zákona o lobbingu, přičemž tento zákon měl zavést lobbing jako podnikatelskou živnost a povinnost veřejných činitelů zveřejňovat kontakty s lobbisty. Ministerstvo vnitra mělo vést registr lobbistů, nicméně se tohle rozhodnutí setkal se značnou nevolí politiků.

Lobbing by se měl stát volnou živností, která nenanáší žádné speciální nároky na výkon této profese. Lobbista má podle návrhu několik povinností:

- 1) oznámení lobbovanému, že jde o lobbistický kontakt a zveřejnění jména svého klienta (§ 3),
- 2) registrace do seznamu lobbistů, který by měl být veden Ministerstvem vnitra ČR, přičemž u registrace musí lobbista uvádět základní informace týkající se jeho osoby, a jména osob v pracovněprávním vztahu s lobbistou a také členství v organizaci lobbistů (§ 4, odst. 2 a 3),
- 3) pravidelné předkládání zpráv o své činnosti, vždy maximálně do konce následujících čtvrtletí, v podobě seznamu lobbistických kontaktů s uvedením termínů a způsobu jejich uskutečnění (§ 5, odst. 4).

Zákon nevyžaduje žádné informace, které by se týkaly poskytnutých darů a příjmů nebo výdajů lobbistů ve spojitosti s lobbistickým kontaktem. Je důležité také uvést rozdílnost v podávání zpráv. Jedná se o kontakty s poslanci nebo senátory, které by se předkládaly Imunitnímu a mandátovému výboru sněmovny, v ostatních případech pak Ministerstvu vnitra.

Povinnosti pro lobbisty jsme si vymezili výše. Nesmíme ale také zapomenout na požadavky kladené na vybrané činitele, zejména jde tedy o funkcionáře, kteří jsou adresáty lobbistických kontaktů. Za prvé, je zakázáno být v pracovněprávním nebo jiném vztahu s lobbistou, nebo mu slíbit jakoukoliv výhodu, a to i po ukončení své veřejné funkce (§ 6, odst. 1). Adresát dále musí uvést jméno lobbisty i jeho klienta, místo a čas schůzky a uvedení předpisu, dokumentu nebo jiné věci, které se schůzka týkala (§ 6, odst. 2 a 3). Jestliže dojde k porušení zákona, z důvodu například nezaregistrování lobbisty, neaktualizaci údajů o sobě nebo nedodání seznamu realizovaných lobbistických kontaktů, tak je stanovena pokuta ve výši jeden milion korun nebo zákaz činnosti na pět let.

Zákon se projednával počátkem roku 2010, nicméně jeho schválení je poměrně obtížné. Zákon sice úspěšně prošel třemi čteními v Poslanecké sněmovně a byl dolní komorou schválen ale senát ho 23. června zamítl (Poslanecká sněmovna, 2010).

Pravidla regulující lobbistickou činnost jsou po několika letech hotova. Ministerstvo spravedlnosti roku 2018 návrh zákona odeslalo do připomínkového řízení. Vznikne registr lobbistů i lobbovaných, jde především o politiky, úředníků nebo třeba poradců, kteří by mohli mít vliv na tvorbu zákonů. Novinkou bude, že se také zpřísní pravidla pro přiznávání darů. Oproti dřívějším záměrům počítá předložený návrh s mírnějšími sankcemi za nedodržování nastavených pravidel pro lobbying, který zákon vymezuje. Od opatření si vláda slibuje omezení korupce, klientelismu i střetu zájmů (Česká justice, 2018).

3.2 Stručná historie EU

Evropská unie vznikla se záměrem ukončit časté a krvavé války mezi sousedy, které započaly druhou světovou válkou. V roce 1950 začíná hospodářské a politické sjednocování evropských zemí v rámci ESUO (Evropského společenství uhlí a oceli), jehož cílem je zajistit trvalý mír v Evropě a obnovit válkou zničenou evropskou ekonomiku. Zakládajících států je šest: Belgie, Francie, Itálie, Lucembursko, Německo a Nizozemsko. V roce 1957 je podepsána Římská smlouva, kterou se zakládá Evropské hospodářské společenství (EHS) čili tzv. společný trh. V roce 1973 se EU rozrostla o další 3 státy, kterými jsou Dánsko, Irsko a Spojené království. V roce 1981 se Řecko stává dohromady desátým členem Evropské unie, a o pět let později vstupují Španělsko a Portugalsko. V roce 1986 je podepsán Jednotný evropský akt. Smlouva, na které je založen rozsáhlý šestiletý program zaměřený na řešení problémů volného obchodu mezi státy EU a kterou se vytváří jednotný trh. Evropská společenství prošla postupným integračním procesem od celní unie až po vnitřní trh a měnovou a hospodářskou unii. V roce 1995 získává EU tři nové členy, Finsko, Rakousko a Švédsko. Politické rozdělení Evropy na Východ a Západ je definitivně zaceleno v roce 2004, kdy do EU vstupuje celkem 10 zemí. K nim se ještě v roce 2007 připojuje ještě Bulharsko a Rumunsko. V roce 2008 zachvátila Evropu i celý svět ekonomická krize, která se nejvíce projevila v Irsku, Portugalsku, a především v Řecku, které se stalo na dlouhá léta závislé na finanční pomoci ze zahraničí. Chorvatsko se v roce 2013 stává 28. členským státem EU. Podle zásady svěření pravomocí náleží Unii jen kompetence, které jí propůjčí členské státy, a to prostřednictvím smluv. Po volbách v roce 2014 se do Evropského parlamentu dostává velká část zastánců euroskeptického proudu, který se šíří napříč unií. V roce 2025 by se Evropská unie mohla rozšířit o další státy. Hovoří se především o Srbsku a Černé Hoře (Evropa, 2019).

3.2.1 Evropský lobbying

Mnoho autorů s nadsázkou udává, že v Bruselu připadá na každého úředníka jeden lobbista (Kraft, 2012). Lobbisté u evropských institucí obhajují zájmy členských států, třetích zemí, mezinárodních organizací, podnikatelů, zájmových sdružení, obrovských asociací, odborů, spotřebitelů apod. Pracovní náplň obsahuje reprezentace, prosazování zájmů, monitoring legislativy a výzev, informovanost klientů a účast v legislativním procesu. Jestliže se zaměříme na hájení zájmů, tak zjistíme fakt, že se lobbying věnuje zhruba 15 000 osob na plný úvazek, z čehož 1/3 z nich sídlí v Bruselu a zbývající dvě třetiny pracují v členských zemích. Guru evropského lobbyingu, kterým je Daniel Guéguen, upozorňuje, že se může počet lobbistů „vyšplhat“ až na 100 000 lobbistů na částečný úvazek. Ačkoliv uvedený počet je velmi vysoký, tak jestliže si to převedeme na každý členský stát, tak číslo je pravděpodobně optimální. V Bruselu jsou stanovena jasná pravidla, co se týče navazování kontaktů, tzv. networking, sběr a analýza informací, zpracování podkladů a komunikace s médii. Malé zastoupení lobbistů v Bruselu o jednom až třech lidech vyjde na 150-300 tisíc eur za rok. Evropská komise má jako jediná z institucí EU pravomoc předkládat návrhy právních předpisů. Lobbisté se tak snaží co nejvíce ovlivnit připravovaný návrh právního předpisu ještě před jeho postoupením do vnitřního připomínkového řízení. Na konečnou podobu schválené evropské legislativy měla největší vliv Rada EU. Ještě významnější vliv na výslednou podobu evropské legislativy ale získal díky Lisabonské smlouvě Evropský parlament, proto je Evropský parlament cílem lobbistů (Kadera, Vlačihová, 2011).

3.2.2 Regulace lobbyingu v EU

Hlavními lobbistickými centry EU je Komise a Parlament. Ačkoliv tyto dvě instituce regulaci lobbyingu začaly řešit, stále přetrvává řada problémů. EU je typická rozdílem mezi formálními pravidly a reálným procesem negociace. V Evropské unii se ustavičně proměňuje sekundární a primární právo, tudíž velmi náročným úkolem je sledování dynamiky EU, které je naprosto nezbytné. Podmínkou je také sledování legislativního plánu Evropské komise či jejích zelených a bílých knih a iniciativ Evropské rady a Rady EU. Velký význam má také intervence generálního sekretariátu Komise, EP a zvláště Rady EU. Tyto složky mohou ovlivnit rychlost hlasování, podávat o něm informace a řídit jeho projednávání ve vztahu k dalším předloham. Hlavním jevem je na úrovni EU přesycenost a nevyrovnanost arény, lobbistické sítě jsou přeplněné se zřetelnou dominancí určitého typu aktérů, zejména obchodních zájmů. Komise se snaží o vyrovnaní stavu a sdružování aktérů či podporu oslabených zájmových

skupin. Nicméně komise sama čelí přesycení informacemi, kde stěží lze odfiltrovat potřebné od méně významných (Fiala, 2009).

Německo, Dánsko, Finsko či Rakousko jsou zeměmi se silnou korporativistickou tradicí mající určitá institucionalizovaná pravidla pro komunikaci mezi státními institucemi a zájmovými skupinami, přičemž zákonná regulace je nadbytečná, a lobbying je zde regulován nepřímo. Zákonnou regulaci lobbyingu mají tři postkomunistické země, kterými jsou Litva, Maďarsko, Polsko. Rychlost demokratické transformace a negativní průvodní jevy mohly vést tyto země ke striktnímu přístupu k lobbyingu. Tyto země se především inspirovaly zkušeností z USA. Země, která jako poprvé přijala zákon týkající se lobbyingu, byla Litva. V roce 2000 byl schválen podrobný a striktní zákon o lobbistických aktivitách, který byl novelizován v roce 2003. Lobbista musí splňovat následující podmínky: starší osmnácti let, není státním politikem, veřejným úředníkem nebo soudcem, v předchozím roce nezastával funkci státního politika, veřejného úředníka nebo soudce, nespáchal úmyslný trestný čin, nebo již uplynula promlčecí lhůta od jeho spáchání, či bylo obvinění zrušeno (Muller, 2010).

V roce 2004 vstoupila ČR do EU, jejíž mechanismy se zásadně odlišují od prostředí uvnitř ČR. České subjekty z řad politických stran a hnutí a zájmové skupiny v celé své šíři se staly součástí EU postavené na vzájemné spolupráci. Vstup ČR do EU vyvolává pochybnosti, zda jsou české zájmové skupiny a politické strany schopny absorbovat důsledky procesu evropeizace (Fiala, 2009).

Mechanismus prosazování zájmů, ke kterému patří také lobbying, byl součástí struktury EU již podle konceptů zakladatelů neofunkcionalistického paradigmatu. Toto paradigma bylo založeno na efektu přelévání a nezávislosti nadnárodní autority. O prosazování zájmů na úrovni EHS, potažmo EU, se ale hovoří jako o velmi mladém fenoménu. Hlavní kanál pro prezentaci zájmových skupin je Hospodářský a sociální výbor.

Pro prosazování zájmů se v případě EU nabízí dvě hlavní úrovně:

- 1) vnitrostátní,
- 2) nadnárodní.

K nim je ještě nutné přičíst mezinárodní rovinu, která působí jako efektivní doplněk ve vyjednávání v EU, která má své mezinárodní závazky. Možnosti prosazování zájmů se v EU postupně rozvíjí (Fiala, 2009).

Rovný přístup veškerých zájmových skupin k zákonodárcům je hlavním bodem fungování demokracie. Lobbying bude pozitivní, jestliže bude transparentní. Avšak důvěra veřejnosti v to, jak a v čím zájmu byly zákonodárné iniciativy připravovány, byla negativně ovlivněna opakovanými neprůhlednými postupy lobbistů nebo různých zájmových skupin. Četné skandály ukázaly naléhavou potřebu větší transparentnosti a odpovědnosti v této oblasti, jak ze strany zájmových skupin, tak ze strany představitelů veřejné moci.

Úlohou regulace lobbyingu je zprůhlednit zájmy stojící za navrhovanými zákony a spojení mezi lobbisty a politiky. Ačkoli existují slibné zkušenosti s přijetím dobrovolných opatření ze strany soukromých firem a lobbistů, v rámci EU se nerozšířily (Transparency international, 2015).

Regulace v EU prostřednictvím rejstříků zástupců zájmových skupin u Evropské komise začala fungovat v červnu 2008. Do rejstříku se mohly zapisovat subjekty se sídlem v Bruselu ale i kdekoli jinde v Evropě. Zápis do rejstříku byl dobrovolný, do rejstříku se však nemusely zapisovat zastoupení veřejných orgánů bez ohledu na povahu své činnosti. Subjekty se automaticky zavázaly dodržovat etický kodex a provádět aktualizaci vložených údajů minimálně jednou za rok. Subjekty šlo z rejstříku trvale vyškrtnout, jestliže jejich chování bylo v rozporu s kodexem. Komise musela své rozhodnutí k danému subjektu odůvodnit a respektovat při rozhodování zásadu proporcionality a právo na obhajobu. Některé evropské asociace podpořily význam a existenci rejstříku a své členy přiměly k registraci, a pomohli jim k správnému vyplnění údajů. Příkladem jsou sdružení EPACA – European Public Affairs Consultancies Association a spolek SEAP – Society of European Affairs Professionals (Kadera, Vlačihová, 2011). Rada Evropy chápe lobbování obecně jako společné úsilí ovlivňovat politiky a jejich rozhodování za účelem získání některých určených výsledků vlády a volených zástupců (Zibold, 2013).

Evropský parlament zřídil rejstřík lobbistů již v roce 1996 a jeho hlavním cílem bylo monitorovat vstup osob navštěvujících Parlament více než pětkrát ročně. Později vznikla iniciativa společného rejstříku Evropského parlamentu a Evropské komise. V roce 2011 začal fungovat společný on-line rejstřík transparentnosti kombinující oba existující. Poslanci se ke společnému rejstříku vyjádřili pozitivně. Vyjádřili se pozitivně také k požadavku na uvádění jmen konzultovaných lobbistů v důvodových zprávách k projednávané legislativě, kde cílem bylo zlepšit transparentnost rozhodovacího procesu (Kadera, Vlačihová, 2011).

3.2.3 Regulace lobbingu v členských státech EU

Jak již bylo zmíněno zákonnou regulaci lobbingu mají tři postkomunistické země, kterými jsou Litva, Maďarsko a Polsko. Země, která jako první přijala zvláštní zákon o lobbingu, byla Litva. V roce 2003 byl novelizován striktní a podrobný zákon o lobbistických aktivitách. Zákon definuje lobbistu jako osobu, která je zapsána u Registru lobbistů. Za lobbisty nemohou být používány státní nebo místní veřejné instituce. V Litvě je lobbing vymezen jako legislativní proces. Lobbista, má podle splnění všech podmínek registrace oprávnění se podílet na legislativním procesu a setkávat se s politiky, které vyplývá ze zákona a z profesního kodexu. Jestliže se lobbista stane veřejným činitelem, je nucen se do jednoho pracovního dne vzdát veškerých lobbistických aktivit (Muller, 2010).

Lobbista je povinen každoročně předkládat zprávy o své činnosti za předchozí kalendářní rok, přičemž zpráva obsahuje následující informace:

- sídlo všech klientů,
- název přijatého nebo navrhovaného zákona, který byl předmětem lobbistické aktivity,
- příjmy a náklady svých lobbistických aktivit (Muller, 2010).

Mimo jiné zákon definuje protiprávní „lobbistické“ aktivity, kterými jsou například vydávání se za lobbistu, vykazování neexistujících klientů apod. Spadá tam také seznam aktivit, které nejsou považovány za lobbing (vydávání novin). Litevská úprava má několik slabých stránek. V roce 2004 bylo zaregistrováno pouze sedm lobbistů, i když odhady mluví o 200-300 lobbistických subjektech. Zákon byl chápán ve většině případů jako nástroj v boji s korupcí, nicméně veřejnost stále hovoří o lobbingu jako o nekalé činnosti, jako boj proti státu. Od roku 2002 byl požadován v národním programu etický kodex, který se ale neprosadil. Další země, kde existují regulace lobbistických aktivit, je Maďarsko. Maďarsko jako první postkomunistická země zavádí nařízení č.46 z roku 1994 o Registračním seznamu národních zájmových skupin a sociálních organizací. Jednalo se o dobrovolný registr, kde bylo zapsáno šest set subjektů. Odměnou za uvedení registru bylo pozvání do parlamentních komisí. Rok 2006 přinesl schválený zákon o lobbistických aktivitách, včetně prováděcí vyhlášky. Cílem zákona bylo řízení aktivit pokoušejících se ovlivnit legislativní nebo administrativní činnost státu. Maďarský zákon má širší záběr než litevský, jelikož se úprava vztahuje také na exekutivu. Zákon rozlišuje fyzické osoby a právnické osoby, ale všichni lobbisté musí pro registraci splnit několik základních podmínek, jedná se o právní způsobilost, být bez trestního záznamu a mít vysokoškolské vzdělání. Firemní lobbisté musí uvádět do registru svého zaměstnance a poskytovat další údaje, mezi které patří jména a adresy členů představenstva společnosti,

dokumenty prokazující vznik společnosti nebo jména lobbistů. Pokud žadatelé splní veškeré požadavky, bude jim udělena lobbistická licence, která může být odebrána v případě porušení zákona, a to až na tři roky. Zákon dále definuje seznam povolání a veřejných činitelů, kteří se nesmějí zapojit do lobbistických aktivit – zaměstnanci politických stran, představitelé legislativy, státní správy aj. Lobbista se musí držet zásad, který uvádí zákon, nesmí poskytovat ani nabízet finanční prostředky, nesmí používat tajné, nepřesné nebo jinak zkreslené informace, zastupovat protichůdné či konkurující si zájmy. Lobbista má také svá práva, patří zde právo vyjádřit své stanovisko před plénem parlamentu a jeho orgány, orgány exekutivy i orgány místních samospráv. Jedna z velmi důležitých povinností lobbisty je čtvrtletní vyplňování zpráv o svých lobbistických aktivitách (Dvořáková, 2010).

Další zemí, která začala regulovat lobbistické aktivity je Polsko. V roce 2003 byl hotový první návrh zákona o regulaci lobbingu, který nebyl přijat. Zákon byl schválen až o dva roky později v reakci na několik korupčních skandálů a neformálních vztahů mezi zájmovými skupinami a veřejnými činiteli. Podle tohoto zákona měl být lobbing uváděn jako legální aktivita ovlivňování legislativní a regulatorní činnosti věřených orgánů a specifikoval lobbing jako placenou aktivitu vykonávanou pro třetí stranu. Jednalo se buď o fyzickou nebo právnickou osobu. Zákon se orientuje pouze na profesionální lobbisty, nikoli na firemní lobbisty. Lobbing je v Polsku často dáván do vztahu s dobrým vládnutím. Lobbisté musí pravidelně do konce února následujícího roku předkládat zprávy o své činnosti, které jsou zveřejněny v Bulletinu, musí obsahovat seznam a popis případů, ve kterých je lobbováno. Dále také seznam a popis způsobu lobbování, který by ukázal, jestli bylo lobbováno ve prospěch přijetí, nebo odmítnutí konkrétního rozhodnutí; seznam zapojených profesionálních lobbistů a popis způsobů lobbování, který byl uplatněn v případě legislativního procesu a v případě regulatorních rozhodnutí. Jestliže dojde k porušení zákona, dojde na vyškrtnutí z rejstříku v případě spáchání trestného činu nebo na finanční sankci ve výši 3 000 až 50 000 zlotých (Muller, 2010).

4 Zhodnocení lobbingu České republiky v Evropské unii, srovnání s ostatními zeměmi

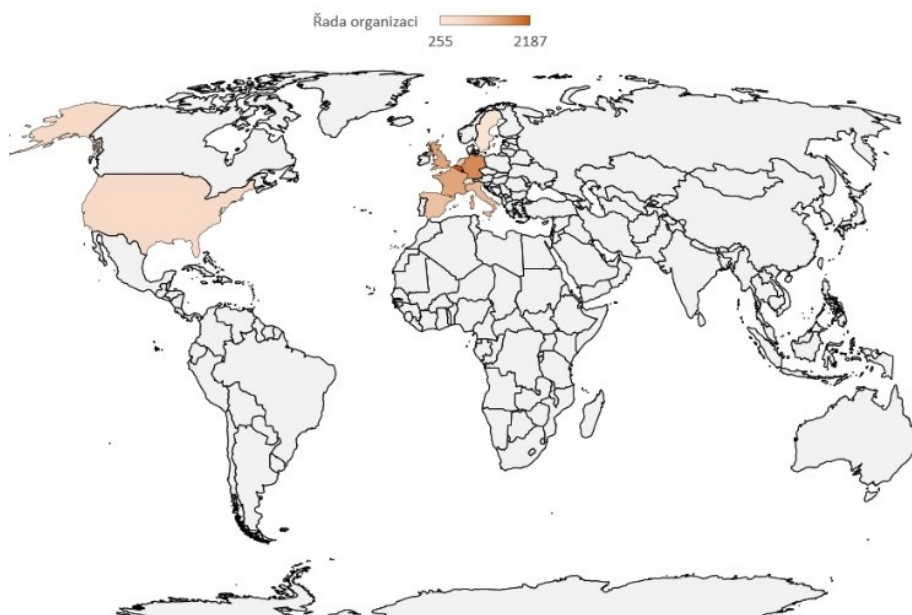
V první části této kapitoly je provedena analýza lobbingu v Evropské unii se zvláštním zaměřením na lobbistické aktivity České republiky. Zde si ukážeme, které země vynakládají nejvíce prostředků na lobbování a které organizace z těchto zemí jsou v Bruselu nejvíce zastoupeny. V druhé části se zaměříme na kvalitu regulace lobbingu, a na srovnání České republiky s vybranými Evropskými zeměmi.

U finančního sektoru se výdaje odhadují na 120 mil. €. Firmy jako jsou například Shell, Microsoft nebo ExxonMobil uvádějí největší rozpočet na lobbing ve výši 4,5 mil. €. Mezi prosincem 2014 a červnem 2015, Evropská komise oznámila 4 318 schůzek. Nejvíce schůzek měly společnosti: Google, General Electric, Airbus (Transparency International, 2015).

4.1 Analýza lobbingu v EU

V této podkapitole bude uvedeno deset zemí, které v Bruselu provozují lobbing s největším počtem zastoupených organizací. Pro ukázkou jsou země znázorněny na mapě, obr. č. 1

Obr. 4.1 Mapa se zeměmi s největším počtem lobbistických organizací při EU



Zdroj: vlastní zpracování, Transparency International (2019)

Země, která má nejvíc organizací lobbujících v EU je **Belgie**. Belgie má v Bruselu 2 187 organizací. Do výčtu alespoň 4 organizací, které sídlí v Belgii a mají největšími náklady na lobbying patří:

- 1) European Chemical Industry Council (12 300 000 EUR),²
- 2) JA Europe (7 776 887 EUR),
- 3) Fleishman – Hillard – (6 750 000 – 6 999 999 EUR),
- 4) Insurance Europe – (6 500 000 – 6 749 000 EUR).

Doplňme zde, že Belgie se umístila na první příčku, protože v její metropoli Bruselu orgány EU převážně sídlí. Země je zdrojem tolika peněz na lobbying proto, že v ní má kanceláře řada významných nadnárodních firem i sdružení (Lobbyfacts, 2019).

Druhou zemí je **Německo**, kde statistiky ukazují 1 503 organizací. Největší organizací, sídlící v Německu s největšími náklady na lobbying je Verband Deutscher Maschinen – und Anlagenbau e.V. s náklady 4 250 000 – 4 499 999 EUR (Lobbyfacts, 2019).

Spojené království představuje třetí zemi s největším počtem lobbyingových organizací, kde působí 1 156 organizací provozujících lobbying. V Británii existuje několik skupin lobbistů, kteří se zajímají o různé zájmy, jako jsou například práva zvířat a dobré životní podmínky zvířat, strava, potraty, náboženství, zdraví a mnohé další. Kupříkladu společnost Animal Aid byla založena v roce 1977, a obhazuje práva zvířat ve Spojeném království. Zkoumá různé formy krutosti na zvířatech (Political lobbying, 2016). Největší organizací působící v Anglii je European Council on Foreign Relations s ročními náklady na lobbying 6 750 000 – 6 999 999 EUR (Lobbyfacts, 2019).

Země, která od 1. května 2018 přijala nový zákon o lobbování a zároveň je čtvrtá největší, co se počtu organizací týče, je **Francie**. Ve Francii, stejně jako v mnoha dalších zemích, je energetický sektor nejsilnějším z lobbistických aktivit. AENEAS nebo Associations pour les Transferts de Technologies du Mans, představují největší organizace ve Francii s ročními náklady na lobbying ve výši 2 000 000 – 2 249 999 EUR (Lobbyfacts, 2019).

Itálie představuje pátou zemí, kde sídlí 841 organizací zabývajících se lobbyingem. Organizace Federazione Italiana Giuoco Calcio působící v Itálii má největší roční náklady na lobbying, které jsou ve výši 144 306 566 EUR.

² V závorce jsou uvedeny náklady na lobbying těchto firem a organizací

Šestou zemí představuje **Španělsko**, kde je udáváno 740 organizací, z toho organizace nazývaná Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas, je organizací s největšími ročními náklady na lobbying ve výši 34 777 770 EUR. Další zemí je **Nizozemsko**, které udává dle statistik 663 organizací. Osmou zemí jsou **Spojené státy americké**, které mají 392 organizací zabývajících se lobbyingem. Předposlední zemí je **Švédsko** s počtem 267 organizací a poslední desátou zemí je **Švýcarsko** s 255 organizacemi lobbyingu (Lobbyfacts, 2019).

4.1.1 Kategorie lobbistických organizací v EU

Mezi organizace, které nejvíce lobbují patří z největší části privátní korporace, které mají 5 932 organizací a 3 494 lobbistů. Druhou největší skupinou organizací jsou nevládní neziskové organizace, které mají 3 151 organizací a 1 818 lobbistů. Na třetím místě jsou poradenské organizace, kde spadá 1 229 organizací a 1 224 lobbistů. Čtvrtou pozici zaujímají Think Tanks, které mají 932 organizací a 305 lobbistů, a poslední pátou skupinou organizací jsou městské či obecní organizace, které mají 592 organizací a 161 lobbistů (Transparency, 2019). Graf 4.1. popisuje typy lobbistických organizací v EU (procentuální zastoupení v aktuálním období 2019).

Graf 4.1. Typy lobbistických organizací V EU (procentuální zastoupení v roce 2019)



Zdroj: Transparency, 2019

1. **Korporace** – tvoří firmy a skupiny, obchodní a podnikatelské organizace, odborové svazy a ostatní lobbisté. Mezi registrované lobbistické korporace patří například BusinessEurope, Google, Airbus Group SE, DigitalEurope.

2. **Nevládní neziskové organizace** – zahrnují veškeré nevládní organizace, platformy, sítě a podobně. Spadá tam například Transparency International, Green 10 nebo Eurodom.
3. **Poradenské organizace** – tvoří profesionální organizace, advokátní kanceláře či konzultanti samostatně výdělečně činní. Zde můžeme zařadit organizace jako jsou Aula Europe, Kreab nebo Fidal.
4. **Think Tanks** – jsou akademické nebo výzkumné instituce. Například Centre for European Policy Studies (CEPS) či Atlantic Council.
5. **Městské organizace** – regionální struktury, nadnárodní veřejné sítě, ostatní veřejné nebo smíšené subjekty. Například KfW Bankengruppe nebo Centre for Fine Arts (Transparency, 2019).

V roce 2011 Evropský parlament a Evropská komise spustily společný veřejný rejstřík transparentnosti, který má poskytovat informace o těch, kdo se snaží jakýmkoliv způsobem ovlivňovat politické rozhodování Unie. Rejstřík obsahuje nejen lobbyisty, ale také různé právnické firmy, nevládní organizace a think tanky, které jsou vyjmenovány v tabulce 3.1. Registrace firem do veřejného rejstříku je povinná, pokud chce lobbyista průkaz opravňující ke vstupu do Evropského parlamentu. Od roku 2018 rejstřík zobrazuje i seznam schůzek osob a subjektů zapsaných v rejstříku s komisaři a jejich nejbližšími poradci (Europa, 2018).

Tabulka 4.1 Shrnutí všech podkategorií lobbistických organizací stanovených rejstříkem transparentnosti EU.

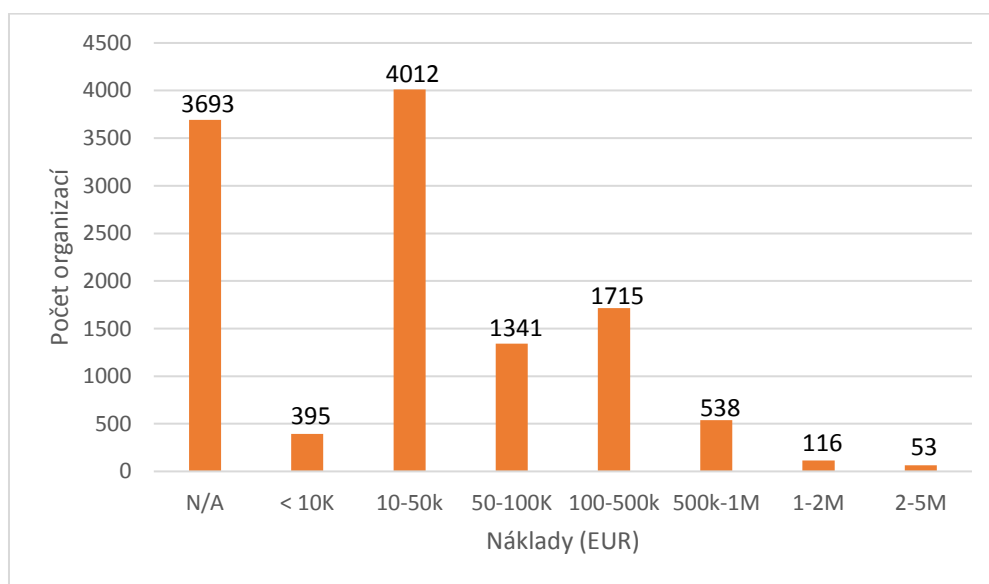
Profesionální poradenství	Nevládní organizace, platformy
Advokátní kanceláře	Think Tanks a výzkumné instituce
Konzultanti SVČ	Akademické instituce
Firmy a skupiny	Kostely a náboženské komunity
Obchodní a podnikatelské organizace	Regionální struktura
Odborové svazy	Ostatní veřejné orgány (na nižší než celostátní úrovni)
Ostatní domácí lobbyisté	Nadnárodní veřejné sítě
Ostatní veřejné nebo smíšené subjekty	

Zdroj: Transparency, 2019

4.1.2 Náklady na lobbování v EU

Na lobbying v Evropské unii byly za poslední necelé dva roky vynaloženy přes dvě miliardy eur (téměř 52 miliard Kč). Nejvíce z těchto peněz pochází od subjektů v Belgii, Německu a Itálii. Z nečlenských zemí EU se politiku Bruselu snaží nejvíce ovlivnit zájmové skupiny ze Spojených států. Přičemž 500 milionu eur pochází z Belgie, kde je i rekordní počet organizací a přes 200 milionů z Německa a Itálie (Shelton, 2019). Graf č. 4.2 popisuje průměrné roční náklady na lobbying a počet organizací v dané nákladové kategorii.

Graf 4.2 Průměrné roční náklady na lobbying a počet organizací v dané kategorii (N/A znamená nezjištěno)



Zdroj: Transparency, 2019

V grafu je znázorněn odhad průměrných ročních nákladů s příslušným počtem organizací v EU podle Transparency International. Podle oficiálních pokynů by odhady měly zahrnovat personální, administrativní a provozní náklady, členství, zajišťovací činnosti a další relevantní náklady. V následující tabulce č.4.2 jsou popsány firmy, které měly nejvyšší průměrné roční náklady na lobbying v EU.

Tabulka 4.2 Firmy s největšími průměrnými ročními náklady na lobbying.

Pořadí	Název firmy	Setkání s EK	Odznaky EP	Lobbisté	Náklady na lobbying
1	Federazione Italiana Giuoco Calcio	0	0	1	144 306 566 €
2	Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración Políticas Públicas	1	0	5	34 777 770 €
3	Business and Strategies in Europe (B&S Europe)	0	0	5	19 724 690 €
4	Svenska kyrkan	0	0	1	13 087 511 €
5	European Chemical Industry Council	77	27	47	12 300 000 €
6	Unisystems Systèmes Informatiques	0	2	2	10 000 000 €
7	JA Europe	9	4	12	7 776 887 €
8	Instituto Telecomunicações	0	0	25	7 339 567 €
9	FTI Consulting Belgium	31	36	48	6 750 000 €
10	Fleishman-Hillard	24	60	28	6 750 000 €
11	European Council on Foreign Relations	16	0	18	6 750 000 €
12	Stiftung Mercator	3	0	1	6 750 000 €
13	Insurance Europe	39	25	35	6 500 000 €
14	Burson-Marsteller	6	44	28	6 250 000 €
15	European Centre for Development Policy Management	4	0	37	6 250 000 €
16	The Brookings Institution	4	0	20	6 250 000 €
17	Google	208	9	9	6 000 000 €
18	European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations	43	8	16	5 503 206 €
19	Fundación Tekniker	0	0	92	5 500 000 €
20	Microsoft Corporation	112	5	8	5 000 000 €

Zdroj: Transparency, 2019

Z výše uvedených organizací byly vybrány dvě organizace a ty nyní krátce popíšeme. Jako první bude představena organizace, která dosáhla nejvyšších průměrných ročních nákladů na lobbying, která se nazývá Federazione Italiana Giuoco Calcio. A druhou organizací bude Google, který má pro změnu nejvíce setkání s Evropskou komisí.

Společnost Federazione Italiana Giuoco Calcio

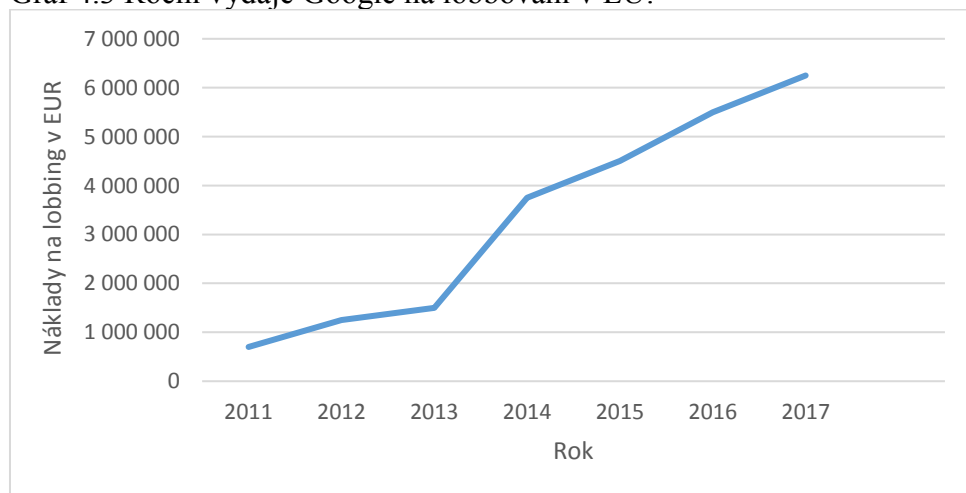
Společnost Federazione Italiana Giuoco Calcio je Italská fotbalová federace založena v roce 1898, uznaná FIFA v roce 1905 a zakládajícím členem UEFA v roce 1954. Je sdružením sportovních klubů, jejíž cílem je sledování hraní fotbalu v Itálii (La federazione, 2019).

Patří do podkategorie organizací lobbyingu Think Tanks a do výzkumných institucí. Federazione Italiana Giuoco Calcio si klade za cíl podporovat a regulovat činnost fotbalových zápasů. Je to první firma, která dosahuje nejvyšších nákladů, které jsou ročně ve výši 144 306 566 EUR (Transparency, 2019).

Společnost Google

Nejaktivnější lobbista v Bruselu je společnost Google. Společnost měla 208 schůzek a zasedání, které se uskutečnily od prosince 2014 s komisařem, členem kabinetu nebo generálním ředitelem. Pravděpodobně se může jednat i o více setkání, než udává číslo 208, např. s úředníky nižší úrovně, nebo s poslanci Evropského parlamentu. Toto číslo nicméně není systematicky zveřejňováno. Google je druhý z hlediska lobbyingových organizací s nejlepším přístupem k elitě Komise. Pro doplnění, graf 4.3 popisuje vývoj ročních výdajů společnosti Google na lobbování v rámci EU.

Graf 4.3 Roční výdaje Google na lobbování v EU:



Zdroj: Lobbyfacts, 2019

Archivní zařízení a webová stránka Lobbyfacts.eu odhaluje, že v roce 2011 deklarované roční výdaje společnosti Google na lobbying činily 700 000 EUR. Následující rok (2012) se téměř zdvojnásobily na 1 250 000 EUR. Do roku 2014 vykázaly výdaje na lobbování v EU více než 3 500 000 EUR a pro rok 2015 výdaje opět klesly na 4 499 999 EUR ročně. Celkově se od roku 2011 do roku 2017 zvýšily výdaje Googlu na lobbisty v EU o 700 procent (Lobbyfacts. 2019).

Společnost Google je také členem různých obchodních asociací, které pro své členy vytvářejí lobbistické příležitosti nebo lobují v jejich prospěch. Zde řadíme:

1. AMISA2 – což je stínová skupina podniků, která pořádá měsíční setkání s předními rozhodovateli v EU,
2. BusinessEurope,
3. DIGITALEUROPE – obchodní sdružení pro průmysl digitálních technologií.

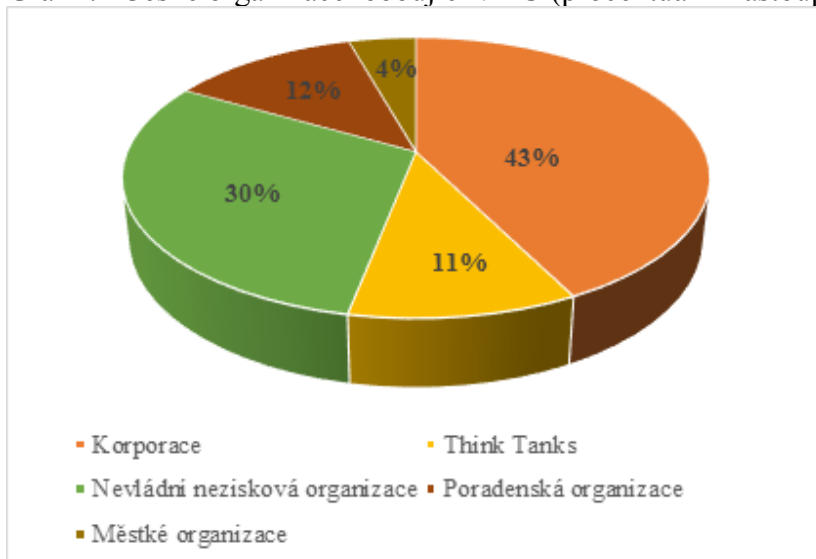
4.2 Analýza lobbyingu ČR v EU

Česká republika spolu s ostatními evropskými zeměmi lobbovala prostřednictvím svých organizací v EU. Prosazování vlivu zájmových skupin především prostřednictvím lobbyingu, je legitimní součástí demokratické společnosti, a pokud probíhá jako otevřená komunikace mezi soukromým sektorem a politickou reprezentací, jde o jev potřebný a velmi užitečný. Níže budou uvedeny údaje a výsledky, které zaznamenaly české podniky a ostatní organizace při jejich lobbyingu v EU.

4.2.1 Kategorie českých lobbistických organizací v EU

Největší skupinou organizací zastupující lobbying ČR v EU jsou korporace, pod které spadá 48 organizací a 10 lobbistů, na druhém místě to jsou nevládní neziskové organizace s 34 organizacemi a 7 lobbisty. Třetí místo zaujímají poradenské organizace, které mají 14 organizací a 2 lobbisty, čtvrtá pozice patří Think Tanks s počtem 12 organizací a 2 lobbisty a poslední pátá jsou městské organizace, pod které spadá 5 organizací (Transparency, 2019). Graf 3.4 popisuje výše uvedené organizace zastupující lobbying ČR v EU (procentuální zastoupení v aktuálním období 2019).

Graf 4.4 České organizace lobbující v EU (procentuální zastoupení v aktuálním období 2019).



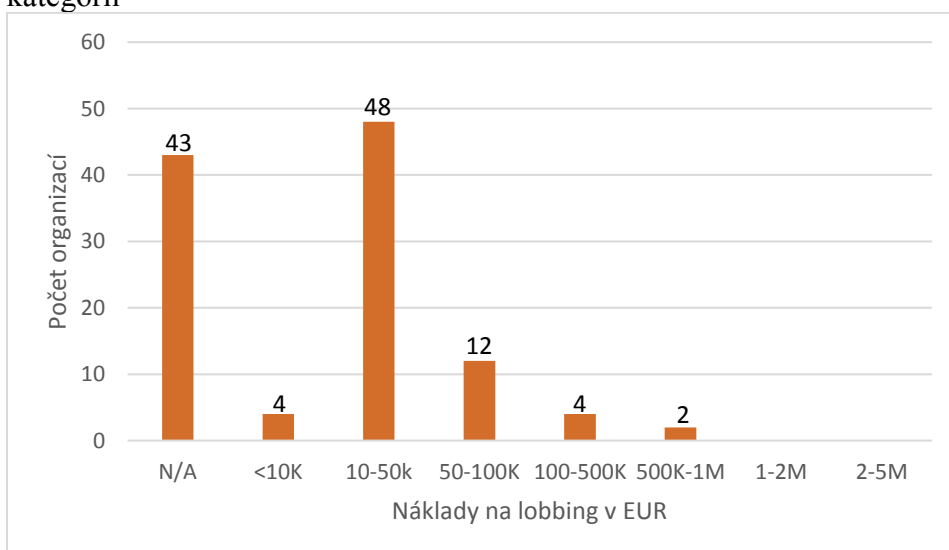
Zdroj: Transparency, 2019

4.2.2 Náklady na lobbování českých firem a organizací v EU

Česká republika se ve srovnání s ostatními zeměmi lobbujícími v EU v rámci nákladu na lobbování umístila na 18. místě. Níže z grafu 4.5. je patrné, že v kolonce od 500tisíc-1milionu utrácení pouze 2 organizace a těmi jsou:

- 1) Sdružení pro internetový rozvoj = 700 000 EUR
- 2) INFOBUS = 600 000 EUR (Transparency, 2019).

Graf 4.5 Průměrné roční náklady na lobbying českých firem v EU a počet organizací v dané kategorii



Zdroj: Transparency, 2019

V grafu 4.5 je znázorněn odhad ročních nákladů související s lobbováním českých organizací v EU podle Transparency International. Podle oficiálních pokynů by odhady měly zahrnovat personální, administrativní a provozní náklady, členství, zajišťovací činnosti a další relevantní náklady.

V tabulce 4.3 jsou popsány organizace, které měly nejvyšší průměrné roční náklady na lobbying ČR v EU. Níže je poté popsána organizace s nejvyššími náklady na lobbying.

Tabulka 4.3 České organizace s nejvyššími průměrnými roční náklady na lobbying v EU

Pořadí	Název firmy	Setkání s EK	Odznaky EP	Lobbisté	Náklady na lobbying
1	Sdružení pro internetový rozvoj	0	0	1	700 000 €
2	INFOBUS	0	0	2	600 000 €
3	Svaz průmyslu a dopravy ČR	6	0	6	300 000 €
4	Vysoká škola chemicko-technologická v Praze	0	0	1	200 000 €
5	Notino s.r.o.	0	0	2	200 000 €
6	ŠKODA AUTO VYSOKÁ ŠKOLA o.p.s. (ŠAVŠ)	0	0	6	200 000 €
7	Plzeňský Prazdroj, a.s.	1	0	0	100 000 €
8	Czech Association of Fire Officers	0	0	1	100 000 €
9	CEE Bankwatch Network	17	1	2	100 000 €
10	Česká asociace pojišťoven	0	0	2	100 000 €
11	Chance for Buildings	0	0	2	100 000 €
12	ČEZ, a.s.	14	2	3	100 000 €
13	TATE international, s.r.o.	0	0	3	100 000 €
14	AŽD Praha	0	0	5	100 000 €
15	EUROPEUM Institute for European Policy	1	0	6	100 000 €
16	Association Justice & Environment, z.s.	0	0	13	100 000 €
17	Institute for European Cooperation	0	0	4	55 000 €
18	Notářská komora České republiky	1	0	4	52 232 €
19	COGEN Czech	0	0	1	50 000 €
20	Česká bankovní asociace	0	0	2	50 000 €

Zdroj: Transparency, 2019

Sdružení pro internetový rozvoj

Jedná se o profesní sdružení působící v oblasti internetu od roku 2000. Zabývá se realizací projektu „monitoring internetové reklamy AdMonitoring“, provádí analýzu dopadu reklamních kampaní AdAudit, pořádá odbornou konferenci o internetovém marketingu IAC. Zasahuje také kromě reklamních a marketingových služeb do legislativy ovlivňující internetové podnikání. Poskytuje rovněž expertní analýzy vývoje českého internetového trhu (SPIR, 2019).

Sdružení pro internetový rozvoj patří do podkategorie organizací lobbingu korporace: obchodní a podnikatelské organizace. Je to první firma, která dosahuje nejvyšších průměrných nákladů, které jsou ročně ve výši 700 000 EUR (Transparency, 2019).

4.3 Kvalita regulace lobbingu v Evropě

Možnostmi regulace lobbingu se zabývala kapitola 3, nyní je na řadě analýza kvality regulace lobbingu. Lobbing v Evropě je různorodý, složitý a stále komplikovanější. Široká škála zájmových skupin a jejich zástupci se snaží informovat a ovlivňovat rozhodování veřejnosti a přispívat k obecně dynamické demokracii. Ve většině zemí je lobbing deklarován jako samostatné povolání. Pokud v lobbingu chybí transparentnost v důsledku neúčinné či špatně řízené regulace, může to narušovat důvěru veřejnosti, a tím vést k podezření z korupčního či neetického jednání v rozhodovacích procesech (Smith, 2013). Lobbingu v EU předchází špatná pověst, jelikož Bruselská lobbistická scéna je považována za zvláště korupční a netransparentní. Lobbisté raději vystupují jako konzultanti nebo manažeři veřejných záležitostí, přičemž jejich odbornost je nedílnou součástí evropských legislativních procesů (Dialer, 2014).

Výzkumná organizace Transparency International mapovala lobbing v Česku a Evropě. Pro bližší rozbor a analýzu si podle mezinárodních standardů vybrala 19 evropských zemí³, které v průměry dosahují pouze 31% hodnocení kvality lobbingu v prosazování transparentnosti, integrity a rovnosti přístupu k lobbování. Kvalita regulace lobbingu je hodnocena na škále 1-100%, přičemž 100% znamená nejlepší (ideální) regulaci lobbingu v dané kategorii (transparentnost, integrita, rovnost přístupu). To jasně naznačuje, že většina států je špatně vybavena pro řešení problémů s lobbingem. Převážná většina evropských zemí nemá komplexní regulaci lobbingu a také nemá žádný systém pro systematické zaznamenávání kontaktů mezi lobbisty a tvůrci politik. V tomto ohledu Evropa zaostává za Kanadou a USA.

³ (Irsko, Spojené království, Německo, Nizozemí, Francie, Španělsko, Portugalsko, Česká republika, Estonsko, Lotyšsko, Litva, Polsko, Slovensko, Slovinsko, Maďarsko, Rakousko, Bulharsko, Itálie, Kypr).

Z 19 zemí pouze 7 má zákony nebo nařízení pro konkrétní regulaci lobbingu. Jedná se o Rakousko, Francii, Irsko, Litvu, Polsko, Slovinsko a Spojené království. Mnoho zákonů a vyhlášek týkajících se regulace lobbingu je chybných či nepřesně definovaných. Občané a zájmové skupiny mají málo příležitostí vědět, kdo ovlivňuje veřejné rozhodnutí, přičemž lobbisté ani státní úředníci nepodléhají jasným a vymahatelným etickým zásadám. Pouze jedna země (Rakousko) se řídí etickými pokyny pro lobbisty.

Pro hodnocení regulace lobbingu se používají tři měřítka, kterými jsou transparentnost, integrita a rovnost přístupu (Transparency, 2015).

4.3.1 Srovnání kvality regulace lobbingu podle Transparency International

Transparency International hodnotí kvalitu lobbingu podle tří výše zmíněných kategorií, přičemž ve všech třech kategoriích byly výsledky poměrně špatné a průměrné hodnocení v jednotlivých kategoriích bylo:

1. Transparentnost 26 %
2. Integrita 33 %
3. Rovnost přístupu 33 %

Ze studovaných 19 zemí pouze jedna země (Slovinsko), dosáhla celkového hodnocení nad 50 %, a to díky poměrně propracovaným opatřením týkajících se transparentnosti a integrity. Samoregulace samotnými lobbisty nebyla ani v těchto zemích dostatečně rozvinutá. Studie ukázaly, že se najdou příklady firem, které se snaží lobbovat zodpovědně a transparentně, ale jedná se spíše o výjimku než o pravidlo. Například na Kypru je vedena diskuze o regulaci lobbingu, ale prakticky neexistuje žádná snaha o uskutečnění reformy. Vzorovým příkladem pro evropské země jsou Spojené státy americké, kde korporace a politický vliv zůstávají striktně odděleny navzdory soustředěnému úsilí lobbistů (Transparency, 2015).

Transparentnost

Ve většině evropských zemí občané čelí překážkám při uplatňování svých práv, v naprosté většině ani neví a nemají dostatek informací o tom, kdo se je vůbec snaží ovlivnit. Průměrné skóre v oblasti transparentnosti ukazuje 26 %, což ukazuje na velmi nízkou míru transparentnosti. Obecný přístup k informacím je nejsilnějším aspektem transparentnosti evropských zemí, naopak nejslabší stránkou jsou problémy jako registrace a zveřejňování informací lobbisty nebo dohled či existence legislativních stop, umožňujících občanům zjistit, kdo ovlivnil určitý zákon (Transparency, 2015).

Tabulka 4.4 Srovnání zemí podle transparentnosti lobbingu (100% max)

Nejlepší země v transparentnosti (Slovinsko)	58 %
Průměrný počet transparentnosti vč. Evropských institucí	26 %
Nejhorší země v transparentnosti (Kypr)	7 %
Česká republika	19 %

Zdroj: Transparency, 2019

Doplňme ještě že, všechny studované země mají svobodný přístup k informacím, s výjimkou Kypru. Přesto i v této oblasti existují nedostatky, z hlediska kvality právních předpisů a jejich provádění (Transparency, 2015).

Integrita

Opatření týkající se transparentnosti lobbingu musí být zakotveny v rámci širšího rámce integrity, která poskytuje jasné standardy chování pro politiky a veřejné úředníky a ty, kteří se je snaží ovlivnit. Pro subjekty, které rozhodují ve veřejném sektoru, takový rámec integrity vyžaduje jejich nestrannost věrnosti veřejnému zájmu (Transparency International, 2015).

Tabulka 4.5 Srovnání zemí podle integrace lobbingu (100% max)

Nejlepší země v integraci (Slovinsko)	58 %
Průměrný počet integrace vč. Evropských institucí	33 %
Nejhorší země v integraci (Maďarsko)	17 %
Česká republika	38 %

Zdroj: Transparency international

Vzhledem k tomu, že tabulka ukazuje průměrné hodnocení 33 %, tak lze očekávat, že právní normy a etické nejsou v praxi v jednotlivých zemích implementovány dostatečně (Transparency, 2015).

Rovnost přístupu

Získání vlivu vyžaduje přístup k osobám s rozhodovací pravomocí. Existují různé způsoby, jak podporovat pluralitu hlasů, například veřejné konzultace či účast na odborných nebo poradenských činnostech skupin, které poskytují informace o zásadách a právních předpisech (Transparency, 2015).

Tabulka 4.6 Srovnání zemí podle rovnosti přístupu lobbingu (100% max)

Nejlepší země v rovnosti přístupu (Litva)	62 %
Průměrný počet rovnosti přístupu vč. Evropských institucí	33 %
Nejhorší země v rovnosti přístupu (Kypr)	13 %
Česká republika	30 %

Zdroj: Transparency international

Z tabulky 7 je patrné, že vysoce nad průměrem rovnosti přístupu je Litva 62 %. Česká republika sice nedosahuje nejvyššího skóre, umístila se ale nad průměrem Evropských zemí.

4.3.2 Srovnání regulace lobbingu ČR s ostatními zeměmi EU

Jestliže budeme srovnávat ČR s výše uvedenými 19 evropskými zeměmi, tak se ČR umístila, co se kvality regulace lobbingu týče na 9-10. místě spolu s Estonskem. Umístila se za Polskem a Bulharskem. Nevládní nezisková organizace Transparency International uvádí, že Česká republika odpovídá průměru zkoumaných zemí. Dosáhla 29 % ideálního stavu v oblasti regulace lobbingu daného příklady dobré praxe, přičemž průměr byl 26 %. Lépe je na tom Polsko (33 %) nebo Litva (49 %), naopak za ČR zaostává řada vyspělých zemí jako je Německo (24 %) a Francie (26 %). Úlohou regulace lobbingu je zprůhlednit zájmy stojící za navrhovanými zákony a spojením mezi lobbisty a politiky. Ačkoli existují slibné zkušenosti s přijetím dobrovolných opatření ze strany soukromých firem a lobbistů, v rámci EU se nerozšířily.

Vymětal (2015) doplňuje, že výsledek České republiky zvyšuje funkční zákon o svobodném přístupu k informacím, snahy o seberegulaci části lobbistických firem a existence systému hodnocení dopadu regulace a úspěchem také jsou i změny jednacího řádu Sněmovny. Naopak nefunkční jsou etické kodexy úředníků, protože chybí etických kodex poslanců a senátorů. Je také potřeba zavést princip „legislativní stopy“ a lépe nastavit zákon o střetu zájmů a přechod mezi soukromým a veřejným sektorem. V celé Evropě jsou jednotlivci schopni se do značné míry volně pohybovat mezi veřejným a soukromým sektorem, což vede k nespravedlivé výhodě pro jednotlivé zájmové skupiny, který vede k fenoménu známý jako „otáčivé dveře“, kdy se do vysoké politiky mohou dostat představitelé zájmových skupin nebo i lobbisté sami na jedné straně, nebo se naopak řada bývalých veřejných činitelů stává lobbisty nebo zaměstnanci zájmových skupin či firem na straně druhé. V praxi se můžeme setkat s oběma variantami, avšak častější je ta druhá.

5 Závěr

Bakalářská práce byla zaměřena na problematiku lobbingu v České republice a v ostatních členských zemích EU, což je zejména v České republice stále aktuální téma.

Lobbing samotný je však v očích veřejnosti vnímán jako něco nelegálního, neprůhledného či pro společnost dokonce nežádoucího. Většina definic charakterizujících lobbing se shoduje na tom, že lobbing by měl být vnímán jako ovlivňování legislativních a rozhodovacích procesů. Zcela jednotná definice však neexistuje a rovněž způsoby regulace lobbingu se v jednotlivých zemích liší. Hlavním důvodem může být odlišné institucionální klima jednotlivých zemí EU, různost typů kapitalistické společnosti a rozdílné historické a kulturní podmínky zemí. Zejména v České republice je slovo lobbing stále velmi kontroverzním výrazem, jelikož společnost lobbing často skloňuje v negativním smyslu. Přitom literatura říká, že „lobbing je krev, celého systému“. V Bruselu, kde je největší lobbistické centrum a sídlí tam několik lobbistických organizací, existuje určitá míra seberegulace. Znamená to, že aktéři se podrobují regulaci pod tlakem různých pobídek, které v tomto prostoru existují. Dělají to ale z vlastní vůle a nikoliv proto, že jim to nařizuje nějaká legislativa.

Cílem této bakalářské práce bylo srovnání lobbingu České republiky v Evropské unii s ostatními členskými zeměmi Evropské unie. Za hlavní přínos této bakalářské práce lze považovat, kromě analýzy lobbistických aktivit českých a ostatních evropských firem v EU, také přehled kvality regulace lobbingu v rámci vybraných zemí EU. Dalším přínosem je nastínění možných doporučení pro právní úpravu lobbingu v prostředí ČR.

Největší skupinou organizací zastupující lobbing ČR v EU jsou korporace, dále to jsou nevládní neziskové organizace, poradenské organizace, Think Tanks a na posledním místě městské organizace. Organizací v České republice zabývajících se lobbingem je velké množství, ve své práci jsem jich uvedla dvacet. Organizace, dosahující nejvyšších průměrných nákladů na lobbing je Sdružení pro internetový rozvoj, jejíž náklady činí bezmála 700 000 EUR.

Druhá polovina aplikační části byla věnována regulaci lobbingu. Nalezení vhodných regulačních mechanismů lobbingu v ČR i v ostatních zemích EU komplikuje fakt, že přes nepřeberné množství v praxi užívaných nástrojů regulace lobbingu, není snadné předem odhadnout jejich účinnost. Příkladem můžou být i na první pohled neprůstředně konturované mechanismy, které se v praxi ukázaly jako naprosto neefektivní.

Východiskem řešení budoucích pravidel fungování lobbingu v České republice, tak bylo provedení analýzy a představení nejdůležitějších aspektů regulace lobbingu v porovnání

s ostatními členskými zeměmi Evropské unie. V práci bylo vycházeno z realizovaného projektu Transparency International, který mapoval lobbying a jeho regulaci v Evropě a v České republice. Národní zpráva hodnotí, do jaké míry česká právní úprava, resp. seberegulace v soukromé sféře, odpovídajícím způsobem zajišťuje transparentnost lobbistických aktivit a rozhodování ve veřejné správě, rovný přístup k rozhodovacím procesům ve veřejné správě a etické postupy při lobování a v chování představitelů veřejné správy. Česká republika odpovídá průměru zkoumaných zemí. Výsledek přitom zlepšuje celkem funkční zákon o svobodném přístupu k informacím, snahy o seberegulaci části lobbistických firem a existence systému hodnocení dopadu regulací.

Pokud by zde také měla zaznít doporučení pro vládu v oblasti lobbyingu, byla by následující: Vláda by měla zavést jasnou definici lobbyingu/lobbisty/lobbovaného a přijmout pravidla, která umožní registrování a monitoring lobbistické činnosti a kontaktů v legislativě, exekutivě a veřejném sektoru. Vláda a parlament by měly přijmout zavedení tzv. legislativní stopy, tj. transparentního a veřejně přístupného systému umožňujícího sledovat průběh legislativního a nebo rozhodovacího procesu, včetně možnosti vysledovat původ a autory pozměňovacích návrhů předkládaných jednotlivými poslanci. Vláda by měla přijmout široká a komplexní opatření k regulaci lobbyingu, které se týkají všech, kteří jsou do lobbyingu zapojeni. Všichni, kdo se snaží ovlivňovat veřejnou politiku, musí aktivně zveřejňovat informace o svých nátlakových a lobbistických aktivitách a výdajích (Transparency, 2015).

Seznam použité literatury

Odborné publikace

- 1) ABRAMOFF, J. *Capitol Punishment: The Hard Truth About Washington Corruption From America's Most Notorious Lobbyist*. Publisher: BookBaby, 2011. 303 s. ISBN 1618424491.
- 2) BAŽANTOVÁ, I. a kol.: *Lobbing a korupce při tvorbě veřejné politiky*. 1. vyd. Praha: Prospektum, 2007. 131 s. ISBN 978-80-7175-144-1.
- 3) DVOŘÁKOVÁ, V. a kol. *Evropeizace veřejné sféry*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck., 2010. 176 s. ISBN 978-80-7400-193-2.
- 4) DIALER, Doris a RICHTER. Margarethe. *Lobbying in der Europäischen Union: zwischen Professionalisierung und Regulierung*. Wiesbaden: Springer VS, 2014. 28 s. ISBN 3658032200.
- 5) DANČÁK, B., HLOUŠEK, V., ŠIMÍČEK, V.: *Korupce. Projevy a potírání v České republice a Evropské unii*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita. Mezinárodní politologický ústav, 2006. 312 s. ISBN 80-210-4062-9.
- 6) FREEMAN, Ed. R., *Strategic Management*, Vydavatel: Cambridge University Press, 2010. 292 s. ISBN 0521151740.
- 7) FIALA, Petr. *Evropeizace zájmů: politické strany a zájmové skupiny v České republice*. Brno: Masarykova univerzita, Mezinárodní politologický ústav, 2009. Monografie (Mezinárodní politologický ústav Masarykovy univerzity), sv. č. 27. 376 s. ISBN 978-80-210-4920-8.
- 8) HIX, Simon. *The political system of the European union*, Publisher: Palgrave Macmilian, 2011. 448 s. ISBN 0230249825.
- 9) HODGES, MEGAN A WOODS, GEOFFREY. *Aby váš hlas byl vyslyšen*. První vydání. vyd. Praha: Informační centrum nadací a jiných neziskových organizací, 1998. 89 s. ISBN 80-902284-4-5.
- 10) KADERA, Michal a Alena VLAČIHOVÁ. *Lobbing*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2011. 87 s. ISBN 978-80-7408-053-1.
- 11) Klüver, Heike. *Lobbying in the European Union: Interest Groups, Lobbying Coalitions and Policy Change*. Oxford: Oxford University Press, 2013. 277 s. ISBN 978-0-19-965744-5.

- 12) KRAFT, E. *Lobbying in der EU*. German: AkademikerVerlag, 2012. 124 s. ISBN 978-3-639-39458-0.
- 13) LIBBY J. Patricia. *The Lobbying Strategy Handbook: 10 Steps to Advancing Any Cause Effectively*. Publisher: Sage Publications, 2011. 318 s. ISBN-10: 9781412996167.
- 14) MÜLLER, Karel B., Šárka LABOUTKOVÁ a Petr VYMĚTAL. *Lobbing v moderních demokraciích*. Praha: Grada, 2010. 256 s. ISBN 978-80-247-3165-0.
- 15) MIČICOVÁ, B. a PECHÁČEK, Š. *Zákonná úprava lobbingu ve vybraných zemích*. Edice: online, 2017. Srovnávací studie č. 1.238. 13 s. ISSN 2533-4131.
- 16) NUGENT, Neill. *The government and politics of the European Union*, Publisher: Macmillan Education, 2017. 512 s. ISBN: 9781137454089.
- 17) PEDLER, Robin H., ed. *European union lobbying: changes in the arena*. Basingstoke: Palgrave, 2002. 331 s. ISBN 0-333-97152-3.
- 18) SCHENDELEN, M. P. C. M. van. *Jak lobbovat v Evropské unii, aneb, Machiavelli v Bruselu*. Přeložil Pavel DUFEK. Brno: Barrister & Principal, 2004. 356 s. ISBN 80-86598-75-6.
- 19) SMITH, Michael L. a Vojtěch PROKEŠ. *Regulace lobbingu v České republice: od myšlenky ke konceptu a implementaci*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2013. 117 s. ISBN 978-80-7330-247-4.
- 20) ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Public relations, fundraising a lobbing pro neziskové organizace*. Praha: Grada Publishing, 2012. 144 s. ISBN 978-80-247-4040-9.

Internetové zdroje

- 21) Česká justice. *Nová pravidla lobbingu* [online]. 2018 [cit. 2018-12-26]. Dostupné z: <http://www.ceska-justice.cz/2018/09/nova-pravidla-lobbingu-registrovat-se-budou-muset-asistenti-poslancu-nebo-poradci/>
- 22) Evropský parlament. *Akreditování lobbisté* [online]. 2018 [cit. 2019-04-5]. Dostupné z: <http://www.europarl.europa.eu/news/cs/faq/25/akreditovani-lobbiste>
- 23) Evropská unie. *Historie Evropské unie* [online]. 2018 [cit. 2019-01-26]. Dostupné z: https://europa.eu/european-union/about-eu/history_cs
- 24) La Federazione. *Mission e Governance* [online]. 2019 [cit. 2019-02-20]. Dostupné z: <https://www.figc.it/it/federazione/mission-e-governance/identita-e-missione/>
- 25) Politický slovník. *Lobbing a lobbování* [online]. 2018 [cit. 2018-12-18]. Dostupné z: <http://www.politicky-slovník.cz/volby/lobbing-lobbovani/>

- 26) Political lobbying. *What are the main lobbys in UK?* [online]. 2016 [cit. 2019-02-12].
Dostupné z: <http://political-lobbying.co.uk/what-are-the-main-lobbys-in-uk/>
- 27) Parlament České republiky: *Dokumenty – sněmovní tisk 994. Návrh zákona o lobbingu.*
[online]. 2018 [cit. 2011-04-02]. Dostupné z:
<http://www.psp.cz/sqw/historie.sqw?o=5&T=994>
- 28) Sdružení pro internetový rozvoj. *Sdružení* [online]. 2019 [cit. 2019-03-25]. Dostupné z:
<http://www.spir.cz/o-sdruzeni>
- 29) SHELTON, Jan. *MADE FOR MINDS. EU votes for more transparency in dealing with lobbyists* [online]. 2019 [cit. 2019-03-30]. Dostupné z: <https://www.dw.com/en/eu-votes-for-more-transparency-in-dealing-with-lobbyists/a-47315320>
- 30) Transparency International. *Lobbing v EU* [online]. 2015 [cit. 2019-01-30]. Dostupné z:
<https://www.transparency.cz/lobbing/>
- 31) Vláda České republiky. *Lobbing regulace* [online]. 2012 [cit. 2018-12-21]. Dostupné z:
<https://www.vlada.cz/scripts/modules/fs/icv.vlada.cz/cz/clenove-vlady/pri-uradu-vlady/karolina-peake/projevy/lobbing-regulovat-lze--100154/>
- 32) ZIBOLD, Franziska. *Library Briefing Library of the European Parliament, Lobbying the EU institutions* [online]. 2013 [cit. 2019-04-5]. Dostupné z:
[http://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2013/130558/LDM_BRI\(2013\)130558_REV1_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2013/130558/LDM_BRI(2013)130558_REV1_EN.pdf)

Seznam zkratek

EU – Evropská unie

ČR – Česká republika

USA – Spojené státy americké

APAA – Asociace Public Affairs Agentur

ESVO – Evropské společenství uhlí a oceli

EP – Evropský parlament

EHS – Evropské hospodářské společenství

Seznam obrázků

Obr. 4.1 Mapa se zeměmi s největším počtem lobbistických organizací při EU	31
--	----

Seznam grafů

Graf 4.1. Typy lobbistických organizací V EU (procentuální zastoupení v roce 2019)	33
Graf 4.2 Průměrné roční náklady na lobbying a počet organizací v dané kategorii (N/A znamená nezjištěno)	35
Graf 4.3 Roční výdaje Google na lobbování v EU:	37
Graf 4.4 České organizace lobbující v EU (procentuální zastoupení v aktuálním období 2019).	39
Graf 4.5 Průměrné roční náklady na lobbying českých firem v EU a počet organizací v dané kategorii.....	39

Seznam tabulek

Tabulka 4.1 Shrnutí všech podkategorií lobbistických organizací stanovených rejstříkem transparentnosti EU	34
Tabulka 4.2 Firmy s největšími průměrnými ročními náklady na lobbying.	36
Tabulka 4.3 České organizace s nejvyššími průměrnými roční náklady na lobbying v EU	40
Tabulka 4.4 Srovnání zemí podle transparentnosti lobbyingu (100% max)	43
Tabulka 4.5 Srovnání zemí podle integrace lobbyingu (100% max)	43
Tabulka 4.6 Srovnání zemí podle rovnosti přístupu lobbyingu (100% max)	44

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 7. května 2019


.....
Kristýna Konečná